E-ISSN: 2674-5224, DOI: 10.36962/PAHTEI

PROCEEDINGS

OF AZERBAIJAN HIGH TECHNICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

AZƏRBAYCAN ALİ TEXNİKİ MƏKTƏBLƏRİNİN XƏBƏRLƏRİ

MULTIDISCIPLINARY JOURNAL
REFEREED & REVIEWED JOURNAL

VOLUME 27 ISSUE 04 2023 CİLD 27 BURAXILIŞ 04 2023



https://bsj.fisdd.org/index.php/pahtei

The beautiful thing about learning is nobody can take it away from you—B. B. King

E-ISSN: 2674-5224, DOI: 10.36962/PAHTEI

PROCEEDINGS

OF AZERBAIJAN HIGH TECHNICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

AZƏRBAYCAN ALİ TEXNİKİ MƏKTƏBLƏRİNİN XƏBƏRLƏRİ

MULTIDISCIPLINARY JOURNAL
REFEREED & REVIEWED JOURNAL

VOLUME 27 ISSUE 04 2023 **CİLD 27 BURAXILIŞ 04 2023**

JOURNAL INDEXING

CROSSREF

EUROPUB IMPACT FACTOR 2022 – 0.71

EESTI, TALLINN 2023

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

E-ISSN: 2674-5224

VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Editor-in-chief: Mustafa Babanli.
Deputy of editor-in chief: Latafat Gardashova.
Publisher Management Board Member: Mehriban Ismayilova.
Publisher Technical & Reviewer Team Manager: Javahir Gasimova.

Baş redaktor: Mustafa Babanlı.
Baş redaktorun müavini: Lətafət Qardaşova
Nəşriyyatın İdarə Heyətinin Üzvü: Mehriban İsmayılova
Nəşriyyatın Texniki və Resenzent Qrupun Meneceri: Cəvahir Qasımova.

©Publisher: Azerbaijan State Oil and Industry University. I/C 1400196861 (Azerbaijan).
Rector: Mustafa Babanli. Doctor of Technical Sciences. Professor.
Registered address: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ1010.
©Editorial office: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ1010.
©Typography: Azerbaijan State Oil and Industry University İ/C 1400196861 (Azerbaijan).
Registered address: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ 1010.

©Nəşriyyat: Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti. VÖEN 1400196861 (Azərbaycan).
Rektor: Mustafa Babanlı. Texnika Elmləri Doktoru. Professor.
Qeydiyyat ünvanı: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.
©Redaksiya: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.
©Mətbəə: Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti VÖEN 1400196861 (Azərbaycan).
Qeydiyyat Ünvanı: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.

©Publisher: ICRET. MTÜ (Estonia, Tallinn), R/C 80550594.
Director and Founder: Seyfulla İsayev (Azerbaijan).
Deputy and Founder: Namig Isazade. PhD in Business Administration. (Azerbaijan).
©Editorial office / Redaksiya: Harju maakond, Tallinn, Kesklinna linnaosa, Narva mnt 5, 10117
Telephones / Telefonlar: +994 55 241 70 12; +994 51 864 88 94
Website/Veb səhifə: https://bsj.fisdd.org/; https://scia.website/
E-mail: sc.mediagroup2017@gmail.com

©Nəşriyyat: MTÜ Beynəlxalq Tədqiqat, Təhsil & Təlim Mərkəzi. Q/N 80550594.
Direktor və Təsisçi: Seyfulla İsayev (Azərbaycan).
Direktorun müavini və Təsisçi: Namiq Isazadə. PhD. Biznesin İdarə Olunması. (Azərbaycan).

E-ISSN: 2674-5224; DOI: 10.36962 / PAHTEI; UDC: 62 (051) (0.034)
PROCEEDINGS OF AZERBAIJAN HIGH TECHNICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Accepted for publication in this edition 05.04.2023

©LLC ASOİU, MTÜ IRETC. All rights reserved. Reproduction, store in a retrieval system, or transmitted in any form, electronic of any publishing of the journal permitted only with the agreement of the publishers.The journal is published and is shared in soft copy only. Publishing the journal in hard copy is prohibited. The editorial board does not bear any responsibility for the contents of advertisements and papers. The editorial board's views can differ from the author's opinion. The journal published and issued by The Southern Caucasus Media.

E-ISSN: 2674-5224

VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

TABLE OF CONTENTS

Samirə Rüstəmova, Almurad Eyyubov
KORONAVİRUS PANDEMİYASININ TURİZMƏ TƏSİRİ VƏ POSTPANDEMİYA DÖVRÜNDƏ TURİZM SEKTORUNUN ƏSAS PROBLEMLƏRİ 06-17

Aqil Eyvazov, Amil Zamanov
IMPROVEMENT OF INVENTORY ACCOUNTING IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE TRANSITION TO INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES 18-28

Emin Aslanov, Cahid Haxverdiyev
YERLİ VƏ XARİCİ TƏCRÜBƏDƏ PLASTİK KARTLARIN ÖDƏNİŞ VASİTƏSİ KİMİ İSTİFADƏSİ 29-40

Bayraməli Qurbanov, Elçin Salmanov
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA İŞĞALDAN AZAD OLMUŞ ƏRAZİLƏRİN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNDƏ BƏLƏDİYYƏLƏRİN ROLUNUN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ 41-54

Zakir Mirzəyev, Eldar Salmanov
QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA DAXİLİ BAZARIN QORUNMASININ VACİBLİYİ MƏSƏLƏSİNİN TƏHLİLİ 55-69

Tərlan Növrəsli, Elgün Rzazadə
MÜƏSSİSƏNİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MARKETİNQ STRATEGİYASININ TƏHLİLİ 70-84

Şəfa Quliyeva, Əliəf Cabbarov
DAYANIQLI SOSIAL-IQTISADI INKIŞAF VƏ YAŞIL IQTISADIYYAT 85-99

Adil Əhmədov, Elnur Şərifov
BÖHRAN VƏZİYYƏTİNDƏ MÜƏSSİSƏNİN STRATEGİYANIN HAZIRLANMASI 100-115

Sahib Məmmədov, Elxan Abdullazadə
İŞĞALDAN AZAD OLMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ QİDA SƏNAYESİNİN XAMMAL MƏNBƏLƏRİNİN BƏRPASI MƏSƏLƏSİNİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ 116-126

Asiman Quliyev, Gülay Cəfərova
İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRİN SƏNAYE POTENSİALINA DƏYMİŞ ZƏRƏRİN TƏHLİLİ VƏ SWOT ANALİZİ 127-138

Müşfiq Quliyev, Gülənbər Abbasova
İNKİŞAF EMƏKDƏ OLAN ÖLKƏLƏRDƏ REGİONAL İNKİŞAF BANKLARININ İNKİŞAF STRATEGİYASI 139-153

Adil Əhmədov, Günay Cəfərova
QEYRİ-MÜƏYYƏNLİK ŞƏRAİTİNDƏ İDARƏETMƏ QƏRARLARINA BİRBAŞA VƏ DOLAYI TƏSİR GÖSTƏRƏN ƏTRAF MÜHİT AMİLLƏRİ 154-168

Qabil Manafov, Günel Bayramova
AZƏRBAYCANDA AQRAR SEKTORUN RƏQABƏT QABILIYYƏTININ TƏHLILI 169-183

Məzahir Abdullayev, İbrahim Rufullazadə
ELEKTRON TİCARƏTİN İNKİŞAFINDA KARQO ŞİRKƏTLƏRİNİN FƏALİYYƏTİ VƏ FİRMALARIN SEÇİMİ 184-197

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Elşən Məmmədov, İlqarə Məhərrəmova
ƏRAZİ MARKETİNQİNİN TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ VƏ TURİZM DESTİNASİYALARININ YARADILMASI 198-212

Mustafa Abbasbəyli, Kamran Hüseynzadə
AZƏRBAYCANDA SIĞORTA İŞİNİN TƏŞKİLİNİN HÜQUQİ ƏSASLARI VƏ TƏHLİLİ 213-225

Adil Əhmədov, Leyla Əliyeva
ŞİRKƏTİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİLİK SƏVİYYƏSİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİNDƏ SƏMƏRƏLİ TƏCHİZAT SİSTEMİNİN TƏŞKİLİNİN ƏHƏMİYYƏTİ 226-238

Aynur Cabbarova, Mahal Yolçuyev
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KOB-LARIN MİLLİ İQTİSADİYYATIN İNKİŞAFI BAXIMINDAN ƏHƏMİYYƏTİNİN STATİSTİK TƏHLİLİ 239-253

Ənvər Salahov, Nigar İsmayılova
PUBLİK-HÜQUQİ ŞƏXSLƏRDƏ MÜHASİBAT UÇOTUNUN TƏŞKİLİNİN TƏHLİLİ 254-268

Cəmaləddin Zərbalıyev, Nihat Xəlilov
TƏŞKİLATIN MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNƏ TƏSİR EDƏN VERGİ ÖDƏNİŞLƏRİNİN TƏHLİLİ VƏ VERGİ YÜKÜNÜN İDARƏ EDİLMƏSİ 269-283

Cəbrayıl Vəliyev, Ömər Hüseynli
STARTAP ŞİRKƏTLƏRİNİN BEYNƏLXALQ BAZARA ÇIXIŞI ZAMANI SEÇDİYİ STRATEGİYALARIN TƏHLİLİ 284-295

Elşən Məmmədli, Ramil Zeynallı
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DÖVLƏT İDARƏETMƏSİNDƏ TƏTBİQ EDİLƏN ELEKTRON XİDMƏTLƏR VƏ ONLARIN ÜSTÜNLÜKLƏRİ 296-308

Rəşad Məhərrəmov, Şahin Məmmədov
VERGİ SFERASINDA QANUN POZUNTULARININ AŞKAR EDİLMƏSİ VƏ BU PROSESLƏ MÜBARİZƏ APARMAQ ÜÇÜN TƏDBİRLƏRİN GÖRÜLMƏSİ 309-320

Müslumat Allahverdiyeva, Samirə Mustafayeva
REKLAM STİMULLAŞMA KOMPLEKSİNİN ELEMENTİ KİMİ 321-331

Axirə Sultanova, Şəbnəm Quliyeva
QEYRİ-SƏLİS ƏDƏD ƏSASINDA ÜMUMİLƏŞDİRİLMİŞ EKSPERT RƏYİ 332-341

Müslümat Allahverdiyeva, Şəhriyar İsayev
MÜASİR REKLAM BAZARININ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ 342-353

Ramiz Məhərrəmov, Seyfəli Nuriyev
DÖVLƏT BÜDCƏSİNİN İCRASİNDA MALİYYƏ NƏZARƏTİNİN TƏŞKİLİNİN MAHİYYƏTİ VƏ BU PROSESİ HƏYATA KEÇİRƏN ORQANLAR 354-367

Ümüdvar Əliyev, Şükrüyə Zakirli
İŞĞAL NƏTİCƏSİNDƏ QARABAĞ İQTİSADİ RAYONUNA DƏYMİŞ ZƏRƏRİN VƏ İQTİSADİ POTENSİALIN TƏHLİLİ 368-381

Müşfiq Quliyev, Yusif Yusibov
AZƏRBAYCAN VƏ AVROPA İTTİFAQI ÖLKƏLƏRİ ARASINDA TİCARƏT ƏLAQƏLƏRİNİN MÜASİR MƏRHƏLƏDƏ SƏCİYYƏSİ 382-395

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Салаев Рауф, Зейналлы Айсель
УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ ПОДОХОДНОГО НАЛОГА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ 396-403

Yunis Gahramanli, Mahira Aliyeva, Mehriban Mikailova, Laman Tahirova
STUDY OF WATER ABSORPTION OF GEOPOLYMER MATERIALS BASED ON IRON ORE ENRICHMENT TAILINGS 404-420

Fuad Maharramov, Shura Ganbarova, Rustam Mammadov
THE RESULTS OF A COMPARATİVE ANALYSİS OF OPERATİONAL FACİLİTİES OF THE BALAKHANİ SUITE (THE CASE OF THE BİBİEIBAT FİELD) 421-429

Oqtay Novruzlu, Gülnarə Məmmədova
AZƏRBAYCANDA İSTEHSAL OLUNAN ÇAY MƏHSULLARININ STRUKTUR VƏ MEXANİKİ XÜSUSİYYƏTLƏRİNİN STANDARTLARLA MÜQAYİSƏLİ TƏDQİQİ 430-438

Məleykə Sehranova, Kəmalə Dadaşova
XİDMƏT OBYEKTLƏRİNİN AKKREDİTLƏŞDİRİLMƏSİ PROSESİNİN KEYFİYYƏTİNİN TƏDQİQİ 439-446

Gulgaz Ismayilova, Nahid Mufidzade
STATISTICAL DATA ON GROUNDING DEVICES AND WAYS TO IMPROVE THEIR DURABILITY 447-455

Fərid İsmayılov, Yusif Məmmədzadə
CƏNUBI XƏZƏR HÖVZƏSININ TEKTONIK QURULUŞUNUN DƏQIQLƏŞDIRILMƏSI 456-464

Elvin Seyfullayev
QAZLARIN SAXLANILMASINDA YERALTI QAZ ANBARLARININ TƏSNİFATI VƏ İSTİSMAR SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI ÜÇÜN HİDRAT ƏMƏLƏGƏLMƏYƏ QARŞI MÜBARİZƏ ÜSULLARI 465-476

Fidan İsmayılova, Asiman Camalov
TƏBII QAZIN NƏQLƏ HAZIRLANMASI PROSESINDƏ DUZ ÇÖKMƏLƏRI 477-482

İsmayıl Xeyirxəbərov, Aydan İsrafilova
TURIZM MÜƏSSISƏLƏRININ MARKETINQ IDARƏEDILMƏSININ TƏKMILLƏŞDIRILMƏSI 483-491

Eldar Quliyev, Nuray Dadaşova
PANDEMIYA ŞƏRAITINDƏ BIZNES STRUKTURLARININ BAZAR STRATEGIYALARI VƏ ONLARIN MARKETINQ TƏHLILI 492-501

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
06-17

THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON TOURISM AND THE MAIN PROBLEMS OF THE TOURISM SECTOR IN THE POST-PANDEMIC PERIOD

Samira Rustamova[1], Almurad Eyyubov[2]
[1]Doctor of Philosophy in Economics,
[2]Master student, almurad.eyyubov@bk.ru
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics

ABSTRACT

Tourism has become an important global economic activity, especially after World War II. Today, tourism accounts for 8% of global output and 10% of employment alone, with a growth rate of 4-5%. In addition, tourism affects more than 135 sectors with a high multiplier effect, contributes to the balance of payments by generating foreign exchange earnings, and activates many leading industries such as transport, trade, construction, health and finance. Although tourism is an important global economic sector, it is highly vulnerable to crises in any country or region of the world. Since the demand for tourism does not have a structure that can be postponed, it paints a picture that is very vulnerable to security problems, economic crisis and health related problems. Tourism products and services are non-storable products, so they cannot be stored for future sale like physical goods. Rooms and tables not reserved today cannot be sold later. With the exception of a few examples in the past (eg the economic crisis of 2008), crises have had regional effects and have reached a level to have a limited impact on global tourism movements. Given the impact and speed, it's hard to say the global tourism industry has faced a crisis like COVID-19 before. It was inevitable that the Covid 19 pandemic would deeply affect countries' economies, causing losses in production, employment and income. In all economies affected by the epidemic, the cost collapse (demand shock) in important service sectors, especially transport, tourism and trade, was deepening and spreading rapidly throughout the economies. On top of all this, along with financial shocks, the real economy started to contract with supply and demand shocks. Among the sectors affected by the Covid-19 epidemic, the service sector is at the forefront. Because of travel restrictions, the biggest demand drop has come from household spending, especially for the tourism sector. Service sectors such as transport, hotels and restaurants, entertainment, sports and cultural events, especially air transport, are among the sectors most affected by the epidemic.
Since the identification of a new virus named as coronavirus (COVID 19) by the World Health Organization on January 7, 2020, the virus has had a major impact on the economies of the world at the global level. During this period, there were declines and declines in most areas. The tourism sector had already almost collapsed. The closing of the country's borders led to zero tourist trips in all parts of the world. Of course, in addition to the closure of the country's borders, tourists also have to postpone their trips for an indefinite period, paying more attention to their health.
Due to the absence of tourist trips, tourism enterprises also faced difficulties in their activities. In particular, the activity of large enterprises became more difficult. However, despite all this, the pandemic period has created an opportunity for tourism enterprises to improve their infrastructure, increase the variety and quality of services, and train personnel as specialists. In addition, enterprises played a certain role in the development of domestic tourism by accepting tourists who could not go to foreign countries due to the closure of borders. So, already in that period, the

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

enterprises serving only domestic tourists got a chance to prove themselves. In addition, taking into account the limited number of local tourists, the competition in terms of attracting tourists has become more intense.
It is generally accepted that international travel can be considered risky in terms of health, and therefore the number of foreign visitors will not reach the old numbers in the near future, and supporting domestic tourism, which is considered somewhat safer for people, can be beneficial for all countries. One of the most important variables that makes a difference in the concept of holiday is anxiety and restlessness. Because the trauma caused by Covid-19 is still so fresh in people's minds and remains unclear, it probably affects people's psychology deeply. Researchers dealing with the possible consequences of tourism and how travel behavior will be affected during and after the epidemic warn that the process will not go well.
The article is devoted to the evaluation of the current situation of the tourism sector in Azerbaijan. In this part, the impact of the coronavirus pandemic on the activity of tourism enterprises in our republic was analyzed, and the main problems of the tourism sector in the post-pandemic period were studied.
Keywords: tourism sector, post-pandemic, global economic activity, crisis.

KORONAVİRUS PANDEMİYASININ TURİZMƏ TƏSİRİ VƏ POSTPANDEMİYA DÖVRÜNDƏ TURİZM SEKTORUNUN ƏSAS PROBLEMLƏRİ

Samirə Rüstəmova[1], Almurad Eyyubov[2]
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
[2]Magistr tələbəsi, almurad.eyyubov@bk.ru
[1,2]İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

XÜLASƏ

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra turizm mühüm qlobal iqtisadi fəaliyyətə çevrilmişdir. Bu gün 4-5% artım tempi ilə dünya istehsalının 8%-ni və məşğulluğun 10%-ni yalnız turizm təşkil edir. Yüksək multiplikator effekti ilə 135-dən çox sektora təsir edən turim tədiyyə balansına töhfə verir, valyuta gəlirləri yaradır, nəqliyyat, ticarət, tikinti, səhiyyə və maliyyə kimi bir çox aparıcı sənaye sahələrini aktivləşdirir. Turizm dünya iqtisadiyyatının mühüm sektoru olsa da, dünyanın istənilən ölkəsində və ya regionunda böhranlara çox həssasdır. Turizmə olan tələbin təxirə salına bilinmədiyi üçün o, təhlükəsizlik problemlərinə, iqtisadi böhranlara və sağlamlıqla bağlı problemlərə qarşı çox həssas bir mənzərə yaradır. Turist məhsulları və xidmətləri saxlanmağa tabe deyil, ona görə də fiziki mallar kimi gələcəkdə satış üçün saxlanıla bilməz. Bu gün sifariş olunmayan otaqlar və masalar sonradan satıla bilməz. Keçmişdəki bir neçə misal istisna olmaqla (məsələn, 2008-ci ilin iqtisadi böhranı) böhranların regional nəticələri olub və o həddə çatıb ki, qlobal turist axınına məhdud təsir göstərib. Təsiri və sürəti nəzərə alsaq, qlobal turizm sənayesinin artıq COVID-19 kimi böhranla üzləşdiyini söyləmək çətindir. Covid 19 pandemiyasının ölkələrin iqtisadiyyatlarına dərindən təsir etməsi, istehsal, məşğulluq və gəlir itkilərinə səbəb olacağı qaçınılmaz idi. Epidemiyanın yayıldığı bütün iqtisadiyyatlarda mühüm xidmət sektorlarında,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

xüsusilə nəqliyyat, turizm və ticarətdə baş verən xərc çöküşü (tələb şoku) getdikcə dərinləşməkdə və bütün iqtisadiyyatlara sürətlə yayılmaqda idi. Bütün bunların üzərinə, maliyyə şokları ilə birlikdə, real iqtisadiyyatların tələb və təklif şokları ilə daralmağa başlamışdı.
Məqalə Azərbaycanda turizm sektorunun mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Bu hissədə koronavirus pandemiyasının respublikamızda turizm müəssisələrinin fəaliyyətinə göstərdiyi təsirin təhlili aparılmış, postpandemiya dövründə turizm sektorunun əsas problemləri tədqiq edilmişdir.
Açar sözlər: turizm sektoru, postpandemiya, qlobal iqtisadi fəaliyyət, böhran

Giriş

COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanda da turizm sektoru əhəmiyyətli dərəcədə daralıb. Həmin dövrdə Azərbaycan pandemiyadan əlavə olaraq Ermənistanla müharibə səbəbindən ölkənin mövcud olan turizm potensialından yararlana bilmədi. Digər tərəfdən, Azərbaycan Respublikası ilə qonşu dövlətlər arasında dövlət sərhədində tətbiq edilən məhdudlaşdırıcı rejim və dünyanın əksər ölkələrində vətəndaşların gediş-gəlişinə müvəqqəti məhdudiyyət qoyulması ilə bərabər, bütün bunlar birlikdə turizm gəlirlərinin azalmasına səbəb olub. Əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslər tərəfindən ölkədə yerləşən mehmanxanalarda gecələmələrin sayı 2019-cu ilin yanvar-iyun ayları ilə müqayisədə 64,3 faiz azalaraq 340 min nəfərə düşüb ki, bu da ümumi həcmin 58,2 faizini təşkil edir. Bu rəqəm 2019-cu ildə isə 954 min nəfər təşkil etmişdi, başqa sözlə, ümumi tutumun 71,9 faizini təşkil edirdi. Digər tərəfdən, 2020-ci ilin yanvar-iyun aylarında mehmanxana biznesinin gəlirləri əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 61,6 faiz azalıb (Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesi).

Məqsəd

Tədqiqatın məqsədi Postpandemiya dövründə turizm sektorunun əsas problemlərini araşdırmaqdır. Məqalənin yazılması zamanı Dünya Turizm və Səyahət Şurasının verdiyi açıqlamalar nəzərdən keçirilərək, Azərbaycandakı vəziyyəti dəyərləndirmək əsas vəzifə seçilmişdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı tərəfindən 7 yanvar 2020-ci il tarixindən etibarən koronavirus (COVID 19) kimi adlandırılan yeni virusun müəyyən edilməsindən bu günə qədər virus qlobal səviyyədə bütün dünya iqtisadiyyatlarına əsaslı təsir göstərmişdir. Bu dövrdə əksər sahələrdə geriləmələr və azalmalarla müşahidə olundu. Turizm sektoru isə artıq demək olar ki, süquta uğramışdı. Ölkə sərhəddlərin bağlanılması dünyanın bütün nöqtələrində turist səyahətlərinin sıfıra düşməsinə səbəb oldu. Təbii ki burada ölkə sərhəddlərinin bağlanmasından əlavə turistlər də öz sağlıqlarına daha çox önəm verərək səyahətlərini qeyri-müəyyən müddətə təxirə salmalı olurlar. Tədqiqat işinin yeni bir dövrü əhatə etməsi və yuxarıda qeyd olunan amillər ümumilikdə məqalənin aktuallığını daha da artırmaqla bərabər bu istiqamətdə əsaslı araşdırmaların aparılmasını zəruri edir.

Metodlar

Mövzunun araşdırılması zamanı müqayisəli təhlil, analiz, sistemli və qrafik metodlarından istifadə edilmişdir.

Bir ölkəyə gələn turistlərə təsir edən bir çox amillər var. Onların bəziləri təyinat yerinin təbii və fiziki şəraiti, digərləri isə siyasi, sosial və iqtisadi sabitlik ilə formalaşır (Güvenek B., Alptaki V., 2015: s.21). Ona görə də destinasiyanın turistlər tərəfindən təhlükəsiz ərazi kimi qəbul edilməməsi turizm fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə bilər. Bu təsəvvürə təsir edən ən mühüm amil ölkədəki böhrandır. Böhranlara müxtəlif amillər səbəb ola bilər. Epidemiyalar da böhranın səbəbləri sırasındadır. SARS, quş qripi, donuz qripi (H1N1) və Ebola epidemiyalarının turizm sektoruna mənfi təsir göstərdiyi məlumdur. Turizm sektoru baxımından ortaya çıxan sağlamlıq böhranlarının mənfi nəticələri arasında ən önəmlisi destinasiyaya tələbin azalmasıdır (Cheti B., Unluonen K., 2019: s. 109).

COVID-19-un təsirinin 2008-ci il maliyyə böhranından yeddi dəfə daha dağıdıcı olduğu bildirilir. Virus Çində ortaya çıxdıqda, dünyanın əksər səyahətləri sərhədlər bağlanana qədər təxirə salındı və ya ləğv edildi. Bu qısamüddətli təsirlərə əlavə olaraq, COVID-19-un tarixdə ən böyük iqtisadi böhrana səbəb olacağı faktı təsirin müddəti və şiddəti ilə bağlı digər qeyri-müəyyənliklər yaradır. Bu səbəbdən turizm, epidemiyanın yayılması səbəbindən nəqliyyat qadağaları kimi dərhal mənfi təsirlərlə yanaşı, digər uzunmüddətli problemlərlə də üzləşdi. Turizm qismən dəbdəbəli istehlak vasitəsi olduğundan, onun bu pandemiyadan ilk zərər çəkənlərdən biri və transformativ quruluşuna görə bərpa olunan sonunculardan biri olacağı gözlənilir. Digər epidemiyalardan daha böyük və daha sərt səyahət məhdudiyyətləri qlobal turizmi virtual dayandırdı və fövqəladə hallar istisna olmaqla, bir çox ölkədə səyahət məhdudlaşdırıldı. Bir çox aviaşirkətlər və turoperatorlar fəaliyyətini dayandırıb, bir çox yerləşdirmə obyektləri bağlanmaq məcburiyyətində qalıb. Əyləncə və istirahət sənayesinə təsir edən bu genişmiqyaslı məhdudiyyətlər qlobal təchizat zəncirini pozdu (Boone L., Haugh D., Pain N., Salins V., 2020 s.2).

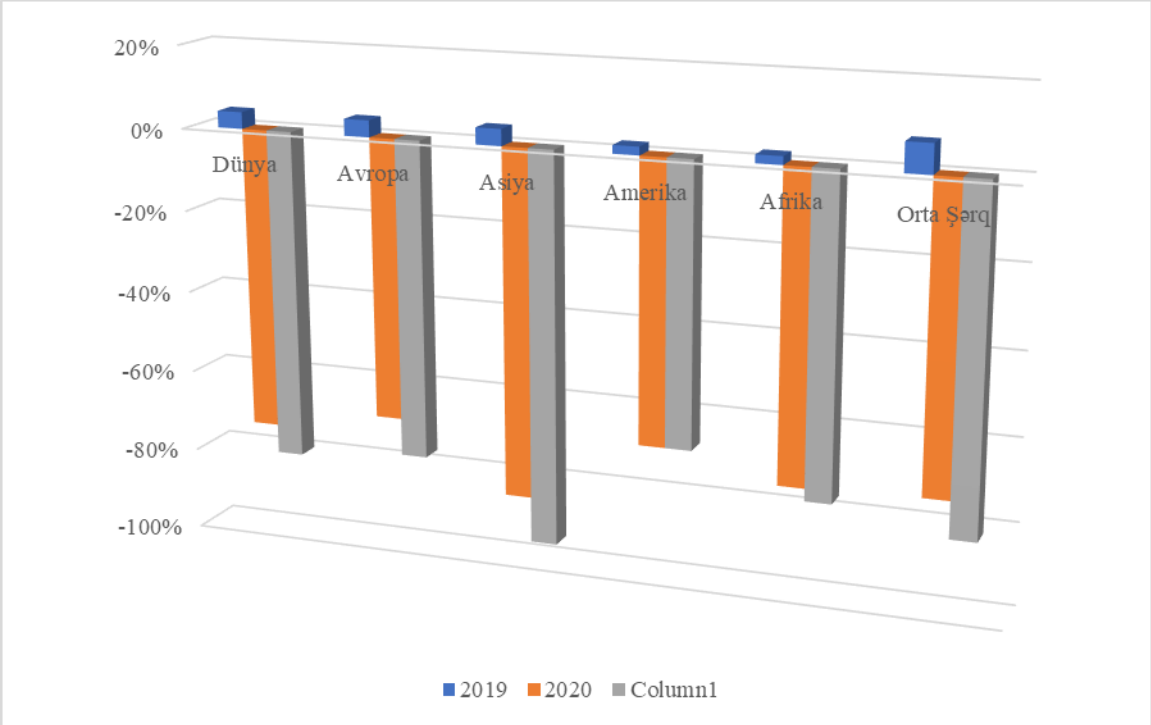
OECD (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) epidemiyanın təsirinə və yayılmasına nəzarət üçün görülən tədbirlərin mənfi şok yaradacağını və nəticədə effektivliyin zəifləməsi şəklində zəncirvari təsirin olacağını proqnozlaşdırır. tələb. , inamın azalması, işdən çıxarılan işçilərlə gəlir itkisi və buna görə də səyahət və turizm xidmətlərinə tələbin azalması. qeyd olunub (OECD, 2020).

Ümumdünya Turizm və Səyahət Şurasının (WTTC) məlumatına görə, bu epidemiya qlobal ÜDM-in təxminən 10%-ni təşkil edən turizm sənayesində dünya üzrə 100-120 milyon insanı işsiz qoya bilər və turizm ÜDM-i hər birinə 2,1 trilyon dollara çatacaq. il 2020. (WTTC, 2020). Həmçinin, Ümumdünya Turizm Təşkilatı, son hadisələr (karantin tədbirləri, səyahət qadağaları və sərhədlərin bağlanması Avropanın çox hissəsində və Amerika, Afrika və Yaxın Şərqin bir çox ölkələrində beynəlxalq turizmin 50%-ni təşkil edir), 2003-cü ildə SARS ssenarisi zamanı qlobal səyahət və Mövcud fasilələrin miqyası və dinamikası, COVID-19-un coğrafi yayılması və onun potensial iqtisadi təsirləri nəzərə alınmaqla, beynəlxalq turist gəlişi 2020-ci ilin yanvar ayında proqnozlaşdırılandan 20-30% az olacaq (UNWTO, 2020). Tourism Economics tərəfindən dərc edilən hesabatda qlobal səyahətlərin təxminən 39 faiz azaldığı qeyd edilir. 2019-cu il üçün səyahət məlumatları 2023-cü ilə qədər mövcud olmayacaq. Bundan əlavə, ölkə daxilində səfərlərin sayı 23% azalıb. Ölkədaxili səyahət məhdudiyyətləri beynəlxalq məhdudiyyətlərdən daha tez qaldırılacağı üçün bəzi dəyişikliklər olacaq. Qlobal aparıcı göstəricilər də turizm xərclərinin uzunmüddətli və kəskin şəkildə azaldığını göstərir. COVID-19 ilə əlaqədar milli (liqalar, konfranslar) və beynəlxalq (konqreslər, olimpiadalar) tədbirlərin ləğv edilməsi, şübhəsiz ki, turizm sənayesinə mənfi təsir göstərəcək. Bundan əlavə, rəqəmsal görüş mühitləri işgüzar səyahətlərdə istifadə olunmağa başladığı üçün daha sürətli eniş gözləmək olar.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatına görə, Covid-19 epidemiyası səbəbindən dünya üzrə turizm fəaliyyəti əvvəlki illə müqayisədə 74% azalıb və bu kontekstdə 2020-ci il tarixin ən pis ili kimi qiymətləndirilib (UNWTO: 2021).

Qrafik 1: Beynəlxalq turist səyahətləri



Mənbə : UNWTO : 2021

Azərbaycana gələn turist saylarının ildən-ilə baş verən artımı, pandemiyanın başladığı ilk dövrlərdən etibarən həddsiz azalma ilə müşahidə olundu. Cədvəl 4-də bu barədə ətraflı statistik məlumatlar qeyd olunub.

Azərbaycanda pandemiya böhranından ən çox zərər çəkən otellər və mehmanxana tipli müəssisələr olub. 2006-cı ildə Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı 285-ə, 2016-cı ildə bu rəqəm 548-ə, 2017-ci ildə 563-ə, 2018-ci ildə isə 596-ya yüksəlib. Bu rəqəmlər Azərbaycanda turizm sahəsində inkişafı göstərmək baxımından əhəmiyyətlidir. 2019-cu ilə qədər Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayında əhəmiyyətli artım olub və bu, 642-yə yüksəlib. 2006-cı ildə 11 403 olan otel otaqlarının sayı 2019-cu ildə iki dəfədən çox artaraq 23 865-ə çatıb. Mehmanxanalara yerləşdirilən müştərilərin sayı araşdırıldığında 2006-cı ildəki 291,617 nəfərdən 2019-cu ildə 1.919,765 nəfərə yüksəlib. 2006-cı ildə 4338 nəfər olan işçilərin sayı təxminən 3 dəfə artaraq 2019-cu ildə 12481 nəfərə çatıb (Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesi). Azərbaycanda COVID-19 pandemiyasının mənfi nəticələri qiymətləndirildikdə, 2006-cı ildə Azərbaycanda yerləşmə müəssisələrinin fəaliyyətindən əldə edilən gəlir 74,3 milyon manat olduğu halda, 2019-cu ildə bu rəqəm təxminən 7 dəfə artaraq 450 milyon manata çatıb. Mehmanxana təsərrüfatlarının büdcəyə ödədiyi ƏDV və digər vergilər ildən-ilə artmış, 2006-cı ildə dövlətə ödənilən 9,4 milyon manatın

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

məbləği 2019-cu ildə 42,2 milyon manata çatmışdır. Bununla belə, turizm sahəsindəki mühüm inkişaflar COVID-19 pandemiyası ilə geri çevrildi. 2019-cu ilin yanvar-iyun aylarında 841 min nəfər olan yerli turistlərin sayı 2020-ci ilin eyni dövründə 297 min nəfərə, turizm gəlirləri isə 2,7 dəfə azalaraq 532,8 milyon manat səviyyəsində qalıb (Nasirzadə X., 2020).

Ölkə sərhəddlərin bağlanması səbəbindən xarici turistlərin Azərbaycana gəlməsinə təbii ki təsir göstərmişdi. Həmin dövrdə turizm sektorunun daha da zəifləməməsi üçün, bütün dünyada həyata keçirilən daxili turizm siyasəti Azərbaycanda da əsas prioritet hesab olundu. Xüsusi ilə bu dövrlərdə yerləşmə müəssisələri və restoranlar daha həssas idilər. Pandemiyanın başlandığı ilk aylardan etibarən ölkədə 50-ə yaxın otelin fəaliyyətini qeyri-müəyyən zamanadək təxirə saldıqlarını qeyd etdilər. Bəzi restoranlar öz ərazilərində deyil, çatdırılma xidmətləri ilə fəaliyyətlərinə davam etsə də, bəzi müəssisələr bu kimi alternativ yollardan uğurlu şəkildə yaradaca yararlana bilmədi, bəziləri isə ilk başdaca fəaliyyətlərini dayandırdı. Həmçinin ölkə sərhəddlərindən əlavə olaraq, əsas turistik rayonlarımız olan Şəki, Quba, Qəbələ, İsmayıllı, Lənkəranda pandemiyanın daha geniş yayılması səbəbi ilə bu ərazilərə giriş çıxışa dair qadağaların olması, daxili turizmdən istifadəni də çətinləşdirirdi. Digər bir tərəfdən otel, əyləncə və istirahət mərkəzlərinə daxil olmaq üçün tələb olunan COVİD-19 pasportuda daxili turizmə təsir edən amillərdən idi. Bir sözlə, həmin dövrdə, daxili turizm əsas prioritet göstərilsə də, qeyd olunan amillər bu çıxış yolununda önünü bağlamış olurdu. Otellər və Restoranlar Asossiasiyası tərəfindən pandemiyanın hakim olduğu ilk ildə, 3 milyona yaxın daxili turizm səyahətinin təxirə salındığı qeyd olunub.

Göründüyü kimi, turizm müəssisələri çox acınacaqlı və iflas xarakterli bir dövr keçirirdi. Məhz həmin dövrdə dövlət tərəfindən iqtisadiyyatın bütün sahələrinə dəstəklərin həyata keçirilməsinə başlanıldı.

Cədvəl 1: Pandemiyadan zərər çəkmiş rayonlarda 304 min muzdlu işçinin əməkhaqqının ödənilməsinə maliyyə dəstəyi proqramı (məşğulluğun azalmaması məqsədilə)

Fəaliyyət növü	İşçi sayı (min nəfər)
Cəmi	304,6
Sənaye	78,8
Ticarət	106,6
İxrac	7,8
Xidmət sahələri	87
Digər sahələr	24,6

Mənbə: ticaret.gov.tr https://ticaret.gov.tr/blog/ulkelerden-ticari-haberler/azerbaycan/azerbaycan-hukumeti-tarafindan-aciklanan-ekonomik-destek-paketi

Pandemiya dövründə böhranla üzləşən müəssisələrində mövcud vəziyyətlə ayaqlaşa bilməsi üçün dövlət tərəfindən atılan addımlardan xüsusi ilə aşağıdakı cədvəldə qeyd olunanları göstərmək olar.

Cədvəl 2: Pandemiyadan təsirlənən ərazilərdə fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün vergidən azad edilmə və təxirə salınma proqramı.

Kiçik sahibkarlıq subyektlərinə müəyyən müddətə sadələşdirilmiş vergidən azad edilməsi.
Müəyyən müddətə daşınmaz əmlak və torpaq vergisindən azad olunma.
Vergi ödəyicilərinin müəyyən miqdarda və müddətdə korporativ/gəlir vergisindən azad edilməsi.
Xidmət sektorunda fəaliyyət göstərənlər üçün sadələşdirilmiş vergi endirimi və korporativ/gəlir vergisi ödəyiciləri üçün azadolma.
Bəzi vergi ödəyicilərinin müəyyən müddətə ƏDV-dən azad edilməsi, Azad edilən fəaliyyət sahələrində müəyyən müddətə cari vergi ödənişlərindən azad edilməsi
2019-cu ilin yekunlarına görə korporativ/gəlir vergisinin təqdim edilməsi müddətinin uzadılması
Vergi bəyannaməsi müddətinin, eləcə də vergilərin ödənilməsi müddətinin uzadılması
Əhalinin ərzaq və tibbi ehtiyacları üçün tələb olunan bəzi məhsulların müəyyən müddətə ƏDV-dən azad edilməsi (bəzi məhsulların idxalının və satışının ƏDV-dən azad edilməsi)
Əhalinin ərzaq, tibbi və digər zəruri məhsullara olan tələbatının qısa müddətdə və daha çevik şəkildə ödənilməsi məqsədilə bu məhsulların istehsalı ilə bağlı xammal və materialların ƏDV-dən azad edilməsi
Fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən Koronavirusla Mübarizəyə Dəstək Fonduna köçürülən yardımların korporativ/gəlir vergisindən tutulması
Pandemiyanın qarşısının alınması məqsədilə müvafiq vergi ödəyicisi tərəfindən edilən yardımın ƏDV-si sıfır (0) kimi müəyyən edilir.

Mənbə: ticaret.gov.tr; https://ticaret.gov.tr/blog/ulkelerden-ticari-haberler/azerbaycan/azerbaycan-hukumeti-tarafindan-aciklanan-ekonomik-destek-paketi

Pandemiyalar insanların qərar qəbul etmələrində, səyahət istiqamətlərində və davranışlarında qısa, orta və uzunmüddətli dəyişikliklərə səbəb olur. Məsələn, 2008-ci ildə qlobal iqtisadi böhranı və donuz qripi ən çox Böyük Britaniyaya təsir etmiş və həmin il ölkədə beynəlxalq turizmə tələbat əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır Oxşar nəticələr Afrika qitəsində təsirli olan ebola virusu epidemiyasının Qambiya turizmində də müşahidə edilmişdir.
Davam edən Covid-19 pandemiyası ilə beynəlxalq ticarət və səyahətlər dayandırıldı, məktəblər bağlandı, bir çox irimiqyaslı təşkilatlar, konqreslər, festivallar ləğv edildi, bəzi iş yerləri bağlandı.
Covid 19 epidemiyasından təsirlənən sektorlar arasında xidmət sektoru ön sıralardadır. Çünki səyahət məhdudiyyətləri ilə ən böyük tələbat azalma xüsusilə turizm sektoru üçün ev təsərrüfatlarının xərclərində yaranıb. Nəqliyyat, otel və restoranlar, əyləncə, idman və mədəni tədbirlər, xüsusilə hava nəqliyyatı kimi xidmət sektorları epidemiyadan ən çox təsirlənən sektorlar arasındadır. Covid-19-dan sonra dünyanın bir çox ölkəsində və sektorlarında biznes modellərinin dəyişəcəyi göz qabağındadır. Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən 21-ci əsrin ən mühüm sektoru olaraq qəbul edilən və xidmət sektoru olan turizm ən çox təsirlənəcək sektordur. Bununla belə, turizm sektoru birbaşa olaraq 54 sektora, dolayı yolla isə 185 sektora təsir göstərir (Aydogush O., 2020: s.12).
Covid-19 virusundan başqa dünyada heç bir hadisə belə genişmiqyaslı səyahət məhdudiyyətinə səbəb olmamışdır. 2020-ci ilin aprel ayına olan məlumata görə, bütün dünya istiqamətlərinin 96%-i Covid-19 epidemiyasının qarşısını almaq üçün səyahət məhdudiyyəti tədbirləri həyata keçirib (UNWTO, 2020: p.3). Buna görə də səyahət məhdudiyyətləri ilə yanaşı uçuşlar, otel rezervasiyaları, festivallar ləğv edildi və bu beynəlxalq turizmə böyülölçüdə mənfi təsir etdi.

Covid-19 hər şeydən əvvəl insanların həyatına təsir edən və qlobal iqtisadi böhrana səbəb olan humanitar böhrandır. Bu pandemiyanın turizm sektoru üçün çox ciddi təsirləri var və bunun bir çox insana, biznesə, istiqamətlərə və sektorlara təsir edəcəyi qaçılmazdır. Turizm sektoru dünya ÜDM-nin 10%-dən çoxunu istehsal edir ki, bu da orta hesabla 8,8 trilyon dollara bərabərdir.

Turizm sektoru OECD ölkələrində ÜDM-in orta hesabla 4,4%-ni və xidmət ixracının 21,5%-ni birbaşa təşkil edir. Bu paylar bir çox OECD ölkələri üçün daha yüksəkdir. Məsələn, İspaniyada turizm ümumi xidmət ixracının 52,3%-ni təşkil etməklə ÜDM-in 11,8%-ni təşkil edirsə, Meksikada bu rəqəmlər 8,7% və 78,3%, İslandiyada bu rəqəmlər 8,7%, 8,6% və 47,7%, Portuqaliyada 8,0% və 51,1%, Fransa 7,4% və 22,2% təşkil edir (OECD, 2020).

Turizm valyuta axını yaratmaqla, regional inkişafa təkan verir, bir çox biznes və biznesi birbaşa dəstəkləyir və bir çox yerli icmaların əsasını təşkil edir. Əmək tutumlu sektor kimi OECD ölkələrində orta hesabla məşğulluğun 6,9%-ni birbaşa təşkil edir. Dünyada turizm sektoru orta hesabla məşğulluğun 7,4%-ni, ümumi məşğulluğun isə orta hesabla 10%-ni təşkil edir. Turizm vacib məşğulluq yaradan sektordur və adətən aşağı ixtisaslı insanlar, immiqrantlar, qadınlar, tələbələr və yaşlı işçilər üçün müxtəlif iş imkanlarının təmin edilməsinə kömək edə bilər. Turizm məşğulluğunun xüsusi çəkisi İslandiyada ümumi məşğulluğun 15,7%-ni, İspaniyada 13,5%-ni, İrlandiyada 10,3%-ni, Yunanıstan və Portuqaliyada 10,0%-ni, 9,8%-ni təşkil edir. Türkiyədə bu nisbət orta hesabla 7,7% təşkil edir. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının (WTTC) məlumatına görə, qlobal Səyahət və Turizm sahəsində 75 milyona qədər insanın Covid-19 pandemiyası səbəbindən işlərini itirmək riski ilə üzləşdiyi təxmin edilir. Buna görə də turizm sektoru məşğulluğa, vergi daxilolmalarına, xarici valyuta daxilolmalarına və digər əlaqəli sektorlara təsir göstərir. Covid 19 pandemiyası nəticəsində də bir sıra müəssisələrin fəaliyyətlərini dayandırması səbəbi ilə insanların işsiz qalmasına və məşğulluğun azalmasına gətirib çıxartdı.

Digər tərəfdən, Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Assosiasiyası (IATA) pandemiyanın qlobal hava nəqliyyatı gəlirlərinin 5% azaldığını bildirir ki, buda 29,3 milyard dollar az gəlir deməkdir. Virusun səyahət tələbinə cari təsirini nəzərə alsaq, otel sənayesi hər həftə 1,4 milyard dollar gəlir itirir. Bu səbəbdən turizm sektorunun təsiri dünya iqtisadiyyatına da bir çox cəhətdən təsir edəcək. Beləliklə, bütün ölkələrdə səyahət məhdudiyyətləri, uçuş qadağaları və ləğvlər sənayeni və işçiləri ciddi şəkildə təhdid edir. Mart ayının son həftəsi etibarilə hava səyahətinin 34,02%, yerləşmə və otellərə tələbatın 39%, avtomobil kirayəsinin isə 33% azaldığı görülür. Bunun əksinə olaraq, xəbər və media sektoru 2,07%, çatdırılma sektoru isə 7,8% artıb. Əslində, səyahət və turizm sektorunun ləng canlanma nümayiş etdirəcək sektorlardan biri olduğu bildirilir. Bundan əlavə, Türk Hava Yolları (THY) və Pegasusun səhmləri 5,6% azalaraq 4,9%-ə düşüb.

Sağlamlıqla bağlı böhranların turistlərin risk qavrayışına təsir etdiyini və turizm tələbində birdən-birə azalmalara səbəb olduğunu bildirən tədqiqatçılar, xüsusilə turizmdən asılı olan ölkələrdə bu cür böhranların mühüm sosial-iqtisadi nəticələrinin olacağını qeyd ediblər. Şübhəsiz ki, turizmdə səyahət motivasiyasının ən əsas dəyişəni olan turistin özünü təhlükəsiz hiss etməsi epidemiyadan birbaşa təsirlənməyən destinasiyalarda belə turist axınını ləngidir və prosesə mənfi təsir göstərir. Xəstəliklər insanların səyahət davranışını böyük ölçüdə müəyyən edir və çox vaxt məhdudlaşdırır. Bu məhdudiyyətlər təkcə beynəlxalq və milli səyahətləri məhdudlaşdırmır, həm də şəhər daxilində hərəkətləri xeyli məhdudlaşdırır və hətta tam qadağaya qədər bir sıra tədbirlərin görülməsini zəruri edir. Bu proseslərdən ən çox təsirlənən sektorlardan biri də şübhəsiz ki, turizmdir. Çünki turizmi digər sektorlardan fərqləndirən ən fundamental dəyişən şəxsin xidməti almaq üçün təyinat yerinə getməsidir. Ona görə də turizm bütün epidemiyalardan ilk təsirlənən sektorlardan biri olduğundan epidemiya dövründə turist qəbul edən ölkələrin iqtisadiyyatında

böyük itkilər baş verə bilər. Tarixdəki epidemiya dövrlərində göründüyü kimi, Covid-19 epidemiyasının ilkin mərhələlərində aparılan araşdırmalarda sektorun böyük itkilərə məruz qalacağı görüləcək (Karim W., Haque A., Anis Z., Ulfy M. A., 2020: p.3) və beləliklə, ölkələrin ÜDM-də böyük itkilərə səbəb olacaq (Kasare K. S., 2020: p.362-365). Şübhəsiz ki, epidemiyaların turizmə qısamüddətli təsirləri olduğu kimi, uzunmüddətli təsirləri də olacağı unudulmamalıdır (Hoque A., Shikha F. A., Hasanat M. W., Arif I., Hamid A. B. A., 2020: p.52-58). Turizm böhranlar baxımından çox kövrək bir sektor olsa da, xüsusilə son 30 ildə davamlı böyüyən və inkişaf edən bir sənaye olaraq ön plana çıxmışdı.

Covid-19 bütün dünyanı əhatə edən və bu gün də aktuallığını qoruyan bir epidemiyadır. Beləliklə, insanların belə bir epidemiyadan sonra səyahət davranışlarını dəyişməsi gözlənilir. Bu kontekstdə, turizm və səyahət davranışına insanların şəxsi iqtisadi rifahı, istifadə edilə bilən gəlirləri, xərclərin dəyişməsi, qəbul edilən sağlamlıq riskləri və pandemiya nəticəsində istehlak imkanlarının dəyişməsi kimi bir sıra amillər təsir edir (Gössling S. , Scott D., Hall S. M., 2020: səh. 14). İnsanların planlaşdırılan səyahət davranışına təsiri ilə bağlı araşdırmalar göstərdi ki, insanların əhəmiyyətli bir hissəsi pandemiya nəzarət altına alındıqdan altı ay və ya daha çox müddət sonra tətilə çıxmaq niyyətindədir və onlar adətən bu səfərləri qısamüddətli tətillər kimi planlaşdırırlar. Bundan əlavə, insanların ictimai nəqliyyatdansa şəxsi nəqliyyatla səyahətə üstünlük verdikləri və səyahətə qərar versələr belə, bu dövrlərin əsasən qısamüddətli olduğu müşahidə edilib. Wachyuni və Kusumaningrum (Wachyuni S. S., Kusumaningrum D. A., 2020: s.67) araşdırmalarında bildiriblər ki, pandemiyadan sonra qısamüddətli səyahət variantı ön plana çıxacaq və eyni zamanda təbiət turizmi Azərbaycanda çox populyar olacaq. Bu proses, təhlükəsizliyə tabedir. Müəlliflər həmçinin iştirakçıların əksəriyyətinin səyahətlərini, Covid-19 epidemiyası bitdikdən dərhal sonra (0-6 ay ərzində) nə vaxt və hara gedəcəklərini planlaşdırdıqlarını göstərib və sağlamlığın ən vacib məsələ kimi nəzərdən keçirilməsinin vacibliyini vurğulayıblar. Təhlükəsizliyin əsas motivasiya olduğu səfərlərdə insanları bu davranışa inandırmaq çox çətindir. Digər tərəfdən, bəzi turistlərin iqtisadiyyatlarını dəstəkləmək üçün xaricə deyil, öz ölkələrindəki bir destinasiyaya səyahət etməyi planlaşdırdıqları, daha sakit və daha sıx ola biləcəkləri yerlərə üstünlük verdikləri, daha çox izdihamlı və izdihamlı yerlərdən qaçdıqları müəyyən edilmişdir. kütləvi turizm istiqamətləri (Zenker S., Kock F., 2020: s.4). Beynəlxalq səyahətlərin sağlamlıq baxımından riskli sayıla biləcəyi və buna görə də yaxın gələcəkdə xarici ziyarətçilərin sayının əvvəlki rəqəmlərə çatmayacağı, insanlar üçün bir qədər təhlükəsiz hesab edilən daxili turizmin dəstəklənəcəyi ümumi qəbul edilib. , bütün ölkələr üçün faydalı ola bilər. Tətil anlayışına təsir edən ən mühüm dəyişənlərdən biri də narahatlıq və narahatlıqdır. Covid-19-un yaratdığı travma hələ də insanların beynində çox təzə olduğundan və qeyri-müəyyən qaldığından, çox güman ki, insanların psixologiyasına dərindən təsir edir. Turizmin mümkün təsirini və bunun epidemiya zamanı və sonrasında turist davranışına necə təsir edəcəyini araşdıran tədqiqatçılar bu prosesin yaxşı getməyəcəyi barədə xəbərdarlıq edirlər.

Nəticə

Pandemiya dövründə böhranla üzləşən müəssisələrin mövcud vəziyyətlə ayaqlaşa bilməsi üçün dövlət tərəfindən atılan addımlar araşdırılmış və ümumilikdə tədqiqatın nəticələri aşağıdakı kimi olmuşdur:

1. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinə müəyyən müddətə sadələşdirilmiş vergidən azad edilməsi;
2. Müəyyən müddətə daşınmaz əmlak və torpaq vergisindən azad olunma;
3. Vergi ödəyicilərinin müəyyən miqdarda və müddətdə korporativ/gəlir vergisindən azad edilməsi;
4. Xidmət sektorunda fəaliyyət göstərənlər üçün sadələşdirilmiş vergi endirimi və korporativ/gəlir vergisi ödəyiciləri üçün azadolma;
5. Bəzi vergi ödəyicilərinin müəyyən müddətə ƏDV-dən azad edilməsi;

6. Azad edilən fəaliyyət sahələrində müəyyən müddətə cari vergi ödənişlərindən azad edilməsi;
7. 2019-cu ilin yekunlarına görə korporativ/gəlir vergisinin təqdim edilməsi müddətinin uzadılması;
8. Vergi bəyannaməsi müddətinin, eləcə də vergilərin ödənilməsi müddətinin uzadılması;
9. Əhalinin ərzaq və tibbi ehtiyacları üçün tələb olunan bəzi məhsulların müəyyən müddətə ƏDV-dən azad edilməsi (bəzi məhsulların idxalının və satışının ƏDV-dən azad edilməsi);
10. Əhalinin ərzaq, tibbi və digər zəruri məhsullara olan tələbatının qısa müddətdə və daha çevik şəkildə ödənilməsi məqsədilə bu məhsulların istehsalı ilə bağlı xammal və materialların ƏDV-dən azad edilməsi;
11. Fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən Koronavirusla Mübarizəyə Dəstək Fonduna köçürülən yardımların korporativ/gəlir vergisindən tutulması;
12. Pandemiyanın qarşısının alınması məqsədilə müvafiq vergi ödəyicisi tərəfindən edilən yardımın ƏDV-si sıfır (0) kimi müəyyən edilir.

ƏDƏBİYYAT

1. Nasirzada X. I Yarımillikde Azerbaycanda Daxili Turizm COVID-19 Sebebinden 2,5 Defe Azalıb. İnterfax-Azerbaycan. Bakı, 2020. http://interfax.az/view/812933/az,
2. Aydogush O. "Salgın ve Ekonomik Kriz". İktisat ve Toplum Dergisi. İstanbul, 2020, s. 11-17.
3. Cheti B., Unluonen K. "Salgın Hastalıklar Sebebiyle Olushan Krizlerin Turizm Sektoru Uzerindeki Etkisinin Degerlendirilmesi". Ankara Hacı Bayram Veli Universitesi Turizm Fakultesi Dergisi, İstanbul, 2019
4. Guvenek B., Alptakin V. "Turistlere yonelik teror saldırılarının turizme etkisi turkiye uzerine ampirik bir chalıshma". Selchuk Universitesi Sosyal Bilimler Maslak Yuksek Okulu Dergisi. Ankara, 2015
5. Boone L. Haugh D., Pain N., Salins V. "Tackling the fallout from COVID-19". Içinde (Ed: Baldwin, R. and di Mauro, B. W.) Economics in the Time of COVID-19, 2020, p.10
6. Gössling S., Scott D., Hall C. M. "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19". Journal of Sustainable Tourism. London, 2020,
7. Hoque A., Shikha F. A., Hasanat M. W., Arif I., Hamid A. B. A. "The effect of coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China". Asian Journal of Multidisciplinary Studies, London, 2020
8. Karim W., Haque A., Anis Z., Ulfy M. A. "The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 Crisis and its Impact on Tourism and Hospitality Sector in Malaysia", International Tourism and Hospitality Journal (ITHJ), Research Publishing Academy (RPA) Malasiya, 2020
9. Kasare K. S. Effects of coronavirus disease (COVID-19) on tourism indu. London, 2020
10. Wachyuni S. S., Kusumaningrum D. A. "The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior"? Journal of Education, Society and Behavioural Science, New-York, 2020
11. Zenker S., Kock F. "The Coronavirus Pandemic: A Critical Discussion of a Tourism Research Agenda, Journal – Tourism Management, London, 2020

12. ticaret.gov.tr https://ticaret.gov.tr/blog/ulkelerden-ticari-haberler/azerbaycan/azerbaycan-hukumeti-tarafindan-aciklanan-ekonomik-destek-paketi
13. WTTC. "Coronavirus Brief 21 April 2020". 2020. https://wttc.org/en-us/COVID-19/MemberHub
14. UNWTO "Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism". 2020. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf
15. UNWTO. "Covid - 19 Related Travel Restrictions A Global Review For Tourism", 2021, https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions_0.pdf
16. OECD. Tourism Policy Responses, 2020. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА ТУРИЗМ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД

Самира Рустамова[1], Алмурад Эйюбов[2]
[1]Доктор философии по экономике
[2]Магистрант, almurad.eyyubov@bk.ru
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет.

РЕЗЮМЕ

Туризм стал важной глобальной экономической деятельностью, особенно после Второй мировой войны. Сегодня объем туризма покрывает 8% мирового производства и 10% только занятости при темпах роста 4-5%. Кроме того, туризм влияет на более чем 135 секторов с высоким мультипликаторным эффектом, способствует платежному балансу, генерируя поступления в иностранной валюте, запускает многие ведущие отрасли, такие как транспорт, торговля, строительство, здравоохранение и финансы. Хотя туризм является важным сектором мировой экономики, он очень подвержен кризисам в любой стране или регионе мира. Поскольку туристический спрос не имеет структуры, которая может быть отложена, он рисует образ, который очень уязвим к проблемам безопасности, экономическому кризису и проблемам со здоровьем. Туристические продукты и услуги-это продукты, которые нельзя хранить, поэтому они не могут быть сохранены для продажи в будущем, как физические товары. Номера, столы, которые сегодня не забронированы, не могут быть выставлены на продажу позже. За исключением нескольких примеров в прошлом (например, экономический кризис 2008 года), кризисы имели региональные последствия и достигли уровня, который ограниченно повлиял бы на глобальные туристические движения. Учитывая его влияние и скорость, трудно сказать, сталкивалась ли мировая туристическая индустрия и раньше с кризисом, подобным COVID-19. Было

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

неизбежно, что пандемия Covid 19 окажет глубокое влияние на экономику стран, что приведет к потере производства, занятости и доходов. Во всех странах, где распространилась эпидемия, коллапс затрат (шок спроса), который произошел в важных секторах услуг, особенно в транспорте, туризме и торговле, становился все глубже и быстро распространялся по всей экономике. Вдобавок ко всему этому, наряду с финансовыми потрясениями, реальные экономики начали сужаться из-за потрясений спроса и предложения.

Статья посвящена оценке текущего состояния туристического сектора в Азербайджане. В этой части проведен анализ влияния пандемии коронавируса на деятельность туристских предприятий в нашей республике, изучены основные проблемы туристического сектора в постпандемический период.

Ключевые слова: туристический сектор, постпандемия, глобальная экономическая активность, кризис.

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-06

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
18-28

IMPROVEMENT OF INVENTORY ACCOUNTING IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE TRANSITION TO INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Aqil Eyvazov[1], Amil Zamanov[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences
[1] Doctor of philosophy in economics
[2] Master student, amilzamanov3@gmail.com

ABSTRACT

The research work is devoted to international practice of organization and maintenance of accounting in small and medium-sized enterprises. In this part, Development of fixed asset accounting: under the requirements of International Financial Reporting Standards, Improvement of inventory accounting in small and medium-sized enterprises in the context of the transition to International Financial Reporting Standards for Small and Medium-Sized Enterprises and Components of accounting policy and the mechanism of their implementation in Small and Medium-Sized Businesses were analyzed.

Accounting is greatly simplified when using computer equipment in warehouse accounting. Analytical accounts are grouped by material groups, storage locations, financially responsible persons, by synthetic accounting accounts and subaccounts. They use accounts of analytical accounting to control the storage and movement of inventories, their evaluation, comparison with warehouse accounting data. The importance and laboriousness of conducting quantitative analytical accounting of inventories has necessitated the search for more rational methods of accounting for inventories. The warehousing of most enterprises is quite complex and consists of a network of warehouses with special devices and equipment for moving, handling, weighing, measuring, etc.

The introduction of computer accounting in the process of processing primary documents may be one of the most effective ways to improve primary accounting. To ensure the safety of inventories, proper acceptance, storage, and distribution of valuables, it is important that the enterprise has a sufficient number of warehouses equipped with weights and measuring instruments. The methodology for organizing the accounting of material resources involves the choice of several methods. To choose a method, it is necessary to analyze the consumption of materials. The classifier should fully systematize the various materials available in warehouses. It should ensure the efficiency and reliability of quantitative accounting in the warehouse.

Accounting principles are observed or not observed, which should be reported in the financial statements. For example, in the reporting year, the enterprise ceased or plans to cease its activities in the future (deviation from the going concern principle) That is, the continuity principle relates to past and/or future events and does not affect accounting in any way. The concept of "accounting procedures" is not disclosed in regulatory documents. Most researchers understand accounting procedures as a set of works and methods for their implementation. In practice, many procedures are used in accounting and reporting, but their disclosure is unlikely to be of interest to qualified users of financial statements.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Accounting practice is a set of accounting procedures at a particular enterprise, institution, organization that provides accounting, as well as the preparation of financial and management reporting. The inclusion in the definition of accounting policy and accounting rules, which generally relate to the organization of accounting, is not justified. Small and medium-sized enterprises (SMEs) are often under-represented in the accounting standards developed for larger companies. The UN and OECD have recognized the need to develop special accounting standards for SMEs, rather than requiring them to comply with IFRs that are primarily intended for large firms.
Keywords: small and medium enterprises, international financial standards, inventory accounting, accounting.

Introduction

World accounting experience shows that the most effective implementation of the control and analytical functions of accounting is possible in the conditions of dividing accounting into two independent ones - financial and managerial.
In management accounting, it is possible to control the safety and use of resources, as well as to identify financial results by responsibility centers. Responsibility centers are divisions of a production, supply and marketing nature, built on the basis of the presence of a responsible manager and summing up the results by activity centers.

Purpose of the research

The purpose of this research is to examine the process of improving inventory accounting in small and medium enterprises in the context of the transition to international financial reporting standards for small and medium enterprises.

Material and the methods of the research

The databases used for the application of the selected methods include international regulations, articles, the main areas of special economic literature on topics relevant to the selected research field, including scientific studies of foreign scientists.

Discussion of the research

Accounting for responsibility centers from the standpoint of economic analysis can be called the most convenient, since it contains sufficiently detailed data to conduct a factor analysis based on the places of income and losses, as well as specific reasons. Accounting for the activities of departments on the principles of responsibility centers will identify the result and evaluate the effectiveness of each of them, eliminate the negative results in their activities.
For the correct organization of inventory accounting at the enterprise, first, it is necessary to answer several questions:
-where, when and how much and for what amount the stocks were received, how the supply programs are carried out;
-to whom, when and how much stock was released;
-how the production consumption program is carried out;
-what is the balance of certain types of reserves and how are the established limits observed, etc.
The necessary prerequisites for the correct organization of inventory accounting are:
-rational organization of storage facilities;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

-development of the nomenclature of reserves;
-availability of instructions for accounting for inventories;
-correct grouping (classification) of reserves;
-development of norms for the consumption of reserves (Mcleay, S. Jaafar, A., 2007: p.59).
For the organization of uninterrupted supply, placement, storage and issuance of inventories into production, a rationally organized warehouse economy plays an important role, because in the activities of an enterprise or organization it is not always possible to achieve full coordination of the pace of supply of material resources, the pace of production, and the sale of finished products.
The main functions of the warehousing include:

- accumulation of material resources in volumes and nomenclature sufficient for the continuity of the production process;
- proper storage and accounting of materials;
  - systematic and uninterrupted supply of shops and sites with production stocks;
  - preparation of materials for their direct consumption;
  - implementation of a complex of operations related to the implementation of control, sorting of industrial stocks.

There are several methods for accounting for inventories in the warehouses of an enterprise, which are shown in table 1.

Table 1. Methods for accounting for inventories in the warehouses of the enterprise.

Accounting option	Variant content
Varietal	For each type of reserves, on the basis of primary documents, an analytical accounting card is opened, where they are accounted for in kind and in monetary terms. Turnover sheets of analytical accounting are compiled at the end of the reporting period. According to the warehouse accounting cards, balances and turnovers are compared.
Partion	Primary documents are grouped by item numbers, and at the end of the reporting period, the final data for each of the numbers are entered in the turnover sheets. Turnover statements are compiled in physical and monetary terms for each warehouse and for each account
Balance (operationally accounting)	The balance method of accounting is based on the use of analytical accounting registers of warehouse accounting cards. Every day (weekly, once every 10 days), the accounting officer checks the correctness of the records of receipt and expenditure of materials in the warehouse and confirms the balance on the warehouse accounting card with the personal signature of the accountant, and every first day of the month, the balance for each item number is transferred to the record of inventory balances in the warehouse (without allocation of turnovers of expenses and receipt of stocks). Based on the data of the statement, the results of the composition are displayed.

Source: IFAC (2014) Handbook of international public sector accounting pronouncements. URL: http://www.ifrs.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Handbook-of-International-Public-Sector-Accounting-Pronouncements-Volume-1.pdf

Analytical accounting of inventories is carried out in warehouses with the help of warehouse accounting cards, which are placed in the file cabinet by technical groups of production reserves

according to the nomenclature-price tag. Analytical accounts are grouped by material groups, storage locations, financially responsible persons, by synthetic accounting accounts and subaccounts. Data on analytical accounts are summarized in the balance sheets. They use accounts of analytical accounting to control the storage and movement of inventories, their evaluation, comparison with warehouse accounting data, as well as to summarize the inventory.

Accounting is greatly simplified when using computer equipment in warehouse accounting. In this case, all income and expense documents are processed daily or as they arrive from warehouses.

The previously existing methods of accounting for inventories, which were developed by science and practice, have lost their relevance to some extent over the past years and were mainly focused on the system of manual labor in the conditions of the so-called fixed (planned) prices regulated by the state.

Therefore, today all this requires improvement and new approaches regarding the organization and methods of conducting analytical accounting for the presence and movement of inventories, which is one of the most important and most laborious areas of accounting.

The importance and laboriousness of conducting quantitative analytical accounting of inventories, their significant qualitative indicators necessitated the search for more rational methods of accounting for inventories in order to eliminate duplication of the same operations.

A variety of operational accounting is the so-called operational-group analytical method of accounting for inventories, where they are accounted for in the context of their types, groups and subgroups. To account for materials by groups, it is advisable that the group includes no more than 100 of their names, which greatly facilitates and speeds up the process of identifying possible errors (IAS, 2014: p.175).

To improve the efficiency of the operational accounting method of accounting

for inventories, it is advisable to break down their groups into several subgroups so that in the subgroup the number of items of industrial reserves does not exceed one hundred items, which will allow you to control the volume of inventories to account for their movement and verification. This can be achieved by monthly drawing up waybills, limit-fence cards, an invoice for the release of materials to the side and information on the receipt and disposal of inventories for each subgroup of inventories, which increases the efficiency of identifying possible errors in warehouse and accounting accounting. In addition, it should be noted that with automated accounting, the program allows you to effortlessly generate this information in an analytical context both for groups and subgroups of materials, and for their individual types and varieties for any period.

The warehousing of most enterprises is quite complex and consists of a network of warehouses with special devices and equipment for moving, storing industrial stocks (racks, handling, weighing, measuring, etc.). At present, many organizations are constantly working to improve warehouse management with the use of various means of mechanization and automation of warehouse operations, as a rule, using computer technology, and automated systems for managing warehouse technological processes are being introduced.

Enterprises and organizations need a perfect inventory management system, when the complexity of management increases dramatically, the requirements for the efficiency of solving traditional planning and accounting problems become much more complicated and increase. In inventory management today, there is a need for fundamental changes in the methods of their implementation.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Accounting for all factors in the logistics of organizations and enterprises, as well as the need to solve the tasks set, also required structural transformations, expressed in the unification of the functions of logistics management, warehousing, marketing and sales under a single management. Acting jointly, within the framework of the organization's material resource management system, the warehouse management system is aimed at meeting the demand of the organization's divisions in multi-product inventories necessary for the uninterrupted production process with maximum work rhythm and minimum total costs at any time (Deller A., 2013: p.78–80).

The control object of the system is the procurement process in the warehouses of the organization: receipt and issue of materials; storage, placement of materials inside the warehouse; search for the necessary materials; intra-warehouse movements, etc.

The main functions of the warehouse management system are: forecasting, planning, accounting, control and regulation.

In real time, the functions of the warehouse management system are detailed by managed positions, and the level of detail should not be less than the level of detail of the inventory list. These functions are very closely related to each other and to other management systems in the organization.

A necessary condition for maintaining the production process at the enterprise is the availability of a warehouse with a sufficient amount of inventories. To carry out the production process, a manufacturing enterprise must have in stock the necessary stocks of raw materials, materials, fuel, building materials, spare parts, and other production stocks (IFRS, 2010: p.127).

Consequently, inventories are a significant part of the assets of a manufacturing enterprise, they occupy a special place in the composition of property and dominate in the cost structure of enterprises in various fields of activity; as well as in determining the results of economic activities and in covering financial information.

This, in turn, requires complete, reliable information about the presence and
movement of inventories, which can be provided by a properly organized warehouse management system, which generates and interprets the entire information flow base provided by various market systems for effective inventory management.

The wider introduction of computer accounting in the process of processing primary documents may be one of the most effective ways to improve primary accounting. To this end, it is necessary to automate warehouse accounting, which will make it possible to mechanize the processing of information on the internal movement of material reserves, reduce the likelihood of errors when transferring information from primary documents to accounting registers, and also reduce the amount of primary accounting documentation, which, in turn, , will help to improve the accuracy and efficiency of accounting for the movement of material assets at the enterprise.

This is also facilitated by the streamlining of primary documentation, the widespread introduction of standard unified forms, an increase in the level of mechanization and automation of scientific and computational work, as well as the provision of a strict procedure for the acceptance, storage and consumption of raw materials, materials, semi-finished products, components, fuel, etc. limiting the number of officials who have the right to sign documents for the issuance of especially scarce and expensive materials.

To ensure the safety of inventories, proper acceptance, storage, and distribution of valuables, it is important that the enterprise has a sufficient number of warehouses equipped with weights and measuring instruments, measuring containers and other devices. It is also necessary to introduce

effective forms of preliminary and current control over the observance of stock standards and the expenditure of material resources (Raffournier, B., 1995: p.78).

An important condition for the efficient use of materials in production is the correct choice of accounting methods. The methodology for organizing the accounting of material resources involves the choice of one of several methods for their accounting and evaluation, which is fixed in the accounting policy of the enterprise. To select a method, it is necessary to analyze the consumption of materials. Thus, the determination of the actual cost of material resources written off to production is allowed to be carried out using one of the following methods for estimating reserves: at average cost, at cost of first-in-time purchases (FIFO).

In addition, materials on the "Materials" account can be accounted for either at the actual cost of their acquisition (preparation) or at book prices. When accounting for materials at accounting prices (planned cost of acquisition, average purchase prices, etc.), the difference between the cost of valuables at these prices and the actual cost of acquiring valuables is reflected in the account “Deviations in the cost of materials”.

Organizations have the right to independently choose the method of classifying material resources. The classifier should fully systematize the various materials available in warehouses, assume control over the correctness of accounting, contribute to a more accurate distribution of deviations in the cost of material assets by cost areas.

It is also important to choose the accounting method in the warehouse, which should ensure the efficiency and reliability of quantitative accounting in the warehouse, systematic control over the correctness of documenting operations on the movement of materials and the correspondence of the balances of materials according to warehouse accounting with the balances of materials according to accounting.

Inventory owned by the organization, but in transit or pledged to the buyer. are accepted for accounting in the assessment provided for in the contract, with subsequent clarification of the actual cost.

As part of the information on the accounting policy of the organization in the financial statements, at least the following information is subject to disclosure: methods for estimating inventories by their types: consequences of changes in the accounting policy for methods for estimating inventories; the cost of inventories pledged; the difference between the actual cost of inventories and their cost of possible sale, attributed to the financial results of the organization, if the organization has stocks at the end of the reporting year (except for equipment for installation and low-value and wearing items) in an estimate exceeding the cost their possible sale, in the event of a decrease in sales prices, damage to values or if they are completely or partially obsolete; ways of transferring the cost of low-value and wearing items (Mcleay, S. Jaafar, A., 2007: p.201).

In order to improve and increase the efficiency of accounting for inventories, it is necessary to:

• timely and efficiently reflect all business operations in terms of receipts,
disposals, product losses;

• promptly request missing documents in settlements with suppliers and contractors through the use of settlement reconciliation reports;

• carrying out timely settlements with suppliers for purchased inventories, aimed at repayment of excessive accounts payable;

• to control the state of settlements on deferred (overdue) debts through carrying out an inventory of settlements;

• monitor the ratio of accounts receivable and accounts payable;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

• it is necessary to strengthen internal control over incoming primary documents on receipt, disposal, material losses;
• carry out preliminary control, which begins in the process of signing documents by the chief accountant;
• carry out operational follow-up control, which should be carried out by employees of the accounting department constantly when performing financial and business operations;
• conduct timely accounting of incorrectly executed documents on receipt, disposal, material losses;
• introduce a workflow schedule for incoming, outgoing, product losses (Watts, R. and Zimmerman, J., 1990: p.89)

In the process of carrying out research work, we considered the organization of accounting, movement, and control of industrial stocks at enterprises, as well as ensuring the safety of inventories based on the study of materials and analysis of economic practices.

Based on the results of the work carried out, several positive aspects can be identified. Firstly, every month the senior storekeeper draws up certificates of stale and end products, which allows the head of LLP and OMTS to coordinate the supply of the flax mill more effectively, and also allows them to control the state of production stocks.

It should be noted that enterprises keep records of incoming and outgoing documentation, as well as draw up reconciliation certificates for sold inventories.

Negative aspects in the work of the organization may be incorrect execution of primary documents, discrepancy between prices in the contract and documents of the supplier, and the enterprise does not conduct an inventory of settlements with all suppliers and buyers. As a result, it is necessary to carry out constant monitoring of the fulfillment of contractual obligations, to strengthen control over inventory items coming through accountable persons, and it is also necessary to increase the role of control in the preparation of primary documents for accounting for material assets.

Strengthening control over the state of production stocks and their rational use has a significant impact on the profitability of the enterprise and its financial position.

The main direction of increasing the efficiency of the use of production reserves is the introduction of resource-saving, low-waste and waste-free technologies.

The rational use of reserves also depends on the completeness of the collection and use of waste and their reasonable assessment.

Of great importance for the safety of materials is the availability of technically equipped warehouses with modern weighing instruments and devices that allow mechanizing and automating warehouse operations and warehouse accounting.

An important condition for increasing the efficiency of the use of material resources is the strengthening of personal and collective responsibility, as well as the material interest of workers and managers in the rational use of these resources.

Enterprises must necessarily strive to comply with the norms of inventories, since their surplus leads to a slowdown in the turnover of working capital, and a lack of them to disrupt the production process.

In order to improve the accounting of material resources, it is necessary to constantly improve the applied documents and accounting registers, i.e. more widely use accumulative documents (limit intake cards, statements, etc.), as well as to increase the level of automation of accounting and

computing work. It is especially important now to have computers that allow you to create automated jobs for accountants (Назарова В. Л., 2009).

Conclusion

All further development and improvement of the organization of accounting should go in the direction of strengthening the control functions of accounting, expanding the analyticity of accounting data and increasing the efficiency in using these data to manage and make economically sound decisions, and more active participation of accounting workers in economic work. Usually, when it comes to the adoption of international standards, mainly accounting at the corporate level is mentioned. However, certain rules and features of accounting in the field of public financial management should also be regulated through standards that meet international rules.

That is, the so-called budget accounting must meet the requirements of international financial reporting standards. In different definitions of the concept of accounting policy, various components are included, which leads to a different understanding of accounting policy and its practical application by accounting entities. Relevant is the continuation of the development of the conceptual apparatus, both to national and international standards of accounting and reporting.

Organizational matters should be excluded from the definition of "accounting policies". It is proposed to define the concept of accounting policy as a set of specific alternatives adopted at the enterprise for evaluating business transactions and reporting items as of the balance sheet date in accordance with accepted accounting and financial reporting standards. It is desirable to supplement international and national financial reporting standards that have a definition of the concept of accounting policy with examples of its components.

REFERENCES

1. Deller A. The IASB is looking to finesse the fundamental rule of applying changes to accounting policies retrospectively and changes to estimates prospectively, as Adam Deller explains. London, 2014
2. Dole Food Company, Inc. Corporate Finance Department Accounting Policies and Procedures. London, 2013
3. Mcleay, S. Jaafar, A. Country Effects and Sector Effects on the Harmonization of Accounting Policy Choice, Abacus. London, 2017
4. Raffournier, B. The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies, European Accounting Review. London, 2016
5. Watts, R. and Zimmerman, J. Positive accounting theory: A ten-year perspective, Accounting Review, London, 2018
6. FMIS Software. What are the different types of fixed assets in accounting? London, 2019
7. NetSuite. Fixed-Asset Accounting Basics. London, 2014

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

KİÇİK VƏ ORTA MÜƏSSİSƏLƏR ÜÇÜN BEYNƏLXALQ MALİYYƏ HESABATLARI STANDARTLARINA KEÇİD ŞƏRAİTİNDƏ KİÇİK VƏ ORTA MÜƏSSİSƏLƏRDƏ İNVENTAR UÇOTUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

Aqil Eyvazov[1], Amil Zamanov[2]
[1]İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru
[2]Magistr tələbəsi, amilzamanov3@gmail.com
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası

XÜLASƏ

Tədqiqat işi kiçik və orta müəssisələrdə mühasibat uçotunun təşkili və aparılmasının beynəlxalq təcrübəsinə həsr edilmişdir. Burada hissədə Kiçik və Orta Müəssisələr və Komponentlər üçün Beynəlxalq Maliyyə Hesabatları Standartlarına keçid şəraitində kiçik və orta müəssisələrdə inventar uçotunun təkmilləşdirilməsi. Kiçik və Orta Biznesdə uçot siyasəti və onların həyata keçirilməsi mexanizmi təhlil edilmişdir.

Anbar uçotunda kompüter avadanlıqlarından istifadə edərkən mühasibat uçotu xeyli sadələşdirilir. Analitik hesablar maddi qruplar, saxlama yerləri, maliyyə məsul şəxsləri, sintetik uçot hesabları və subhesablar üzrə qruplaşdırılır. Ehtiyatların saxlanmasına və hərəkətinə, onların qiymətləndirilməsinə, anbar uçotu məlumatları ilə müqayisəsinə nəzarət etmək üçün analitik uçot hesablarından istifadə edirlər. Ehtiyatların kəmiyyət analitik uçotunun aparılmasının vacibliyi və zəhmətkeşliyi ehtiyatların uçotunun daha rasional üsullarının axtarışını zəruri etmişdir. Əksər müəssisələrin anbar təsərrüfatı kifayət qədər mürəkkəbdir və daşınması, daşınması, çəkilməsi, ölçülməsi və s. üçün xüsusi cihaz və avadanlıqlara malik anbarlar şəbəkəsindən ibarətdir.

İlkin sənədlərin işlənməsi prosesində kompüter uçotunun tətbiqi ilkin uçotun təkmilləşdirilməsinin ən təsirli yollarından biri ola bilər. Ehtiyatların təhlükəsizliyini, qiymətlilərin düzgün qəbulunu, saxlanmasını və paylanmasını təmin etmək üçün müəssisədə çəki və ölçü alətləri ilə təchiz edilmiş kifayət qədər sayda anbarların olması vacibdir. Material ehtiyatlarının uçotunun təşkili metodologiyası bir neçə metodun seçilməsini nəzərdə tutur. Metod seçmək üçün materialların istehlakını təhlil etmək lazımdır. Təsnifatlayıcı anbarlarda mövcud olan müxtəlif materialları tam sistemləşdirməlidir. O, anbarda kəmiyyət uçotunun səmərəliliyini və etibarlılığını təmin etməlidir.

Maliyyə hesabatlarında əks etdirilməli olan mühasibat uçotu prinsiplərinə əməl olunur və ya əməl olunmur. Məsələn, hesabat ilində müəssisə fəaliyyətini dayandırıb və ya gələcəkdə fəaliyyətini dayandırmağı planlaşdırır (fasiləsizlik prinsipindən kənara çıxma) Yəni, davamlılıq prinsipi keçmiş və/və ya gələcək hadisələrə aiddir və heç bir şəkildə mühasibat uçotuna təsir göstərmir. . "Mühasibat uçotu prosedurları" anlayışı normativ sənədlərdə açıqlanmır. Əksər tədqiqatçılar mühasibat uçotu prosedurlarını işlərin və onların həyata keçirilməsi üsullarının məcmusu kimi başa düşürlər. Təcrübədə mühasibat uçotu və hesabatda bir çox prosedurlardan istifadə olunur, lakin onların açıqlanması maliyyə hesabatlarının ixtisaslı istifadəçiləri üçün maraqlı olmayacaq.

Açar sözlər: kiçik və orta müəssisələr, beynəlxalq maliyyə standartları, inventar uçotu, mühasibat

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

[1]Агиль Эйвазов,Заманов Амиль[2]
Азербайджанский государственный экономический университет
Кафедра Экономики и технологических наук
[1]кандидат экономических наук
[2]Магистрант, амилзаманов3@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Исследовательская работа посвящена зарубежной практике организации и ведения бухгалтерского учета на малых и средних предприятиях. В этой части Развитие учета основных средств: в соответствии с требованиями Международных стандартов финансовой отчетности, Совершенствование учета запасов на малых и средних предприятиях в условиях перехода на Международные стандарты финансовой отчетности для малых и средних предприятий и Компоненты учетной политики и механизма их реализации в малом и среднем бизнесе.

Бухгалтерский учет значительно упрощается при использовании компьютерной техники в складском учете. Аналитические счета группируются по материальным группам, местам хранения, материально-ответственным лицам, по счетам и субсчетам синтетического учета. Они используют счета аналитического учета для контроля за хранением и движением товарно-материальных ценностей, их оценки, сопоставления с данными складского учета. Важность и трудоемкость ведения количественного аналитического учета товарно-материальных запасов обусловила необходимость поиска более рациональных методов учета товарно-материальных запасов. Складское хозяйство большинства предприятий достаточно сложное и состоит из сети складов со специальными приспособлениями и оборудованием для перемещения, погрузочно-разгрузочных работ, взвешивания, измерения и т. д.

Внедрение компьютерного учета в процесс оформления первичных документов может стать одним из наиболее эффективных способов совершенствования первичного учета. Для обеспечения сохранности товарно-материальных ценностей, правильной приемки, хранения и распределения ценностей важно наличие на предприятии достаточного количества складских помещений, оборудованных весами и измерительными приборами. Методика организации учета материальных ресурсов предполагает выбор нескольких методов. Для выбора метода необходимо проанализировать расход материалов. Классификатор должен полностью систематизировать различные материалы, имеющиеся на складах. Он должен обеспечивать оперативность и достоверность количественного учета на складе.

Соблюдаются или не соблюдаются принципы бухгалтерского учета, что должно быть отражено в финансовой отчетности. Например, в отчетном году предприятие прекратило или планирует прекратить свою деятельность в будущем (отступление от принципа непрерывности деятельности) То есть принцип непрерывности относится к прошлым и/или будущим событиям и никак не влияет на бухгалтерский учет . Понятие «учетные

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

процедуры» в нормативных документах не раскрыто. Под учетными процедурами большинство исследователей понимают совокупность работ и методов их выполнения. На практике в бухгалтерском учете и отчетности используется множество процедур, но их раскрытие вряд ли заинтересует квалифицированных пользователей финансовой отчетности.

Бухгалтерская практика – это совокупность учетных процедур на конкретном предприятии, учреждении, организации, обеспечивающих ведение бухгалтерского учета, а также составление финансовой и управленческой отчетности. Включение в определение учетной политики и правил бухгалтерского учета, которые в целом касаются организации бухгалтерского учета, не обосновано. Малые и средние предприятия (МСП) часто недостаточно представлены в стандартах бухгалтерского учета, разработанных для более крупных компаний. ООН и ОЭСР признали необходимость разработки специальных стандартов бухгалтерского учета для МСП вместо того, чтобы требовать от них соблюдения МСФО, которые в первую очередь предназначены для крупных фирм.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, международные финансовые стандарты, складской учет, бухгалтерский учет.

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-18

E-ISSN: 2674-5224
29-40 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

THE USE OF PLASTIC CARDS AS A MEANS OF PAYMENT IN DOMESTIC AND FOREIGN PRACTICE

Emin Aslanov[1], Jahid Hakhverdiyev[2]
[1] Doctor of philosophy in economics, emin.sh.aslanov@mail.ru
[2] Master student, cahidhaqverdiyev8@mail.ru
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics

ABSTRACT

The payment systems and Accounting Department of the Central Bank of Azerbaijan carries out its activities related to the payment system. The mission of the Department of payment systems and accounting is to create payment systems that meet modern standards and ensure sustainable use of these systems, as well as improve the system in accordance with international practice.
The market of plastic cards in Azerbaijan, including the sphere of cashless payments, is constantly developing: there is an increase in the number of cards, an increase in turnover and balances on bank card accounts. The reason for this process is the global trend of expanding the system of cashless payments. The organization of a single universal Settlement Network that generates plastic cards makes it possible to serve daily payments of the population. This leads to a significant reduction in the share of cash transactions and a qualitative change in the structure of financial flows in Azerbaijan.
Electronic payments play an important role in increasing the turnover of financial resources, reducing the costs associated with printing, transporting, storing paper money, and in the overall development of the economy. POS-terminals, which are one of the electronic means of payment, create advantages for cardholders and enterprises. The use of POS-terminals is expedient and profitable in terms of the accuracy of amounts, ease of making payments, increasing the number of customers, simplifying the cash payment procedure, increasing the level of reliability and increasing payment.
The large amount of cash in circulation in the country limits the large investment and credit resources that contribute to the development of the economy and reduces the financial intermediation of the banking system.
The surplus of cash in circulation causes structural problems, degradation of financial order, decrease in transparency and uneven development of retail trade in the country. Also, one of the important economic problems that require attention is corruption.
It is important to increase the level of development and use of electronic payments by strengthening the fight against corruption. Wide application of electronic payment systems as a solution to this problem will lead to a decrease in the amount of cash in the total amount of money in circulation in the country.
The emergence of electronic commerce has led to the emergence of new financial needs that traditional payment systems cannot provide. For example, there was a need to form a payment method through e-mail to carry out operations such as online auction.
As a result, the government, academics and financial institutions providing financial services have started research on electronic payments and electronic money. Some payment systems are electronic versions of traditional payment systems (cheques, credit cards). Other electronic

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

payment systems are based on electronic money and have a significant impact on the financial system.
Payment systems used by electronic distribution networks have been used in the banking and business sectors since the 1960s. The technological development of the last 50 years, on the one hand, has expanded the possibilities of electronic payment systems, and on the other hand, it has formed social and business areas that require the use of these systems. The described changes, in turn, affected the interpretation of the meaning of electronic payments. In general, electronic payments are payments made between people, firms and banks using modern telecommunications and electronic networks. Payment is made without the use of distance and cash and without the physical presence of the responsible person
The article reviewed the history and modern state of the use of payment cards in the Republic of Azerbaijan and world practice, analyzed and evaluated the performance of the use of electronic payment means, brought into account the features of the credit payment system and automatic payment systems, talked about the role of kerdit cards in the implementation of electronic payments, informed about the
Keywords: electronic payment, credit card, electronic money, POS terminal, world experience

YERLİ VƏ XARİCİ TƏCRÜBƏDƏ PLASTİK KARTLARIN ÖDƏNİŞ VASİTƏSİ KİMİ İSTİFADƏSİ

Emin Aslanov[1], Cahid Haxverdiyev [2]
[1] İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru , emin.sh.aslanov@mail.ru
[2] Magistr tələbəsi, cahidhaqverdiyev8@mail.ru
[1,2] "İqtisadiyyat və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

XÜLASƏ

Azərbaycan Mərkəzi Bankının ödəniş sistemi ilə bağlı fəaliyyəti Ödəniş sistemləri və mühasibat uçotu departamenti həyata keçirir. Ödəniş sistemləri və mühasibat uçotu departamentinin missiyası müasir standartlara cavab verən ödəniş sistemlərinin yaradılmasından və bu sistemlərdən davamlı istifadənin təmin edilməsindən, həmçinin sistemin beynəlxalq təcrübəyə uyğun təkmilləşdirilməsindən ibarətdir.
Azərbaycanda plastik kartlar bazarı, o cümlədən nağdsız ödənişlər sahəsi daim inkişaf edir: kartların sayında artım, dövriyyədə və bank kartı hesablarında qalıqlarda artım var. Bu prosesin səbəbi nağdsız ödənişlər sisteminin genişlənməsinin qlobal tendensiyasıdır. Plastik kartları yaradan vahid universal hesablaşma şəbəkəsinin təşkili əhalinin gündəlik ödənişlərinə xidmət göstərməyə imkan verir. Bu, nağd əməliyyatların payının əhəmiyyətli dərəcədə azalmasına və Azərbaycanda maliyyə axınlarının strukturunda keyfiyyət dəyişikliyinə səbəb olur.
Elektron ödənişlər maliyyə resurslarının dövriyyəsinin artırılmasında, kağız pulların çapı, daşınması, saxlanması ilə bağlı xərclərin azaldılmasında, iqtisadiyyatın ümumi inkişafında mühüm rol oynayır. Elektron ödəniş vasitələrindən biri olan POS-terminallar kart sahibləri və müəssisələr üçün üstünlüklər yaradır. POS-terminallardan istifadə məbləğlərin dəqiqliyi, ödənişlərin aparılmasının asanlığı, müştərilərin sayının artırılması, nağd ödəniş prosedurunun

sadələşdirilməsi, etibarlılıq səviyyəsinin yüksəldilməsi və ödənişin artırılması baxımından məqsədəuyğun və sərfəlidir.
Məqalədə Azərbaycan Respublikasında və dünya təcrübəsində ödəniş karlarından istifadənin tarixinə və müasir vəziyyətinə nəzər salınmış, elektron ödəniş vasitələrinin istifadə göstəricisinin təhlili və qiymətləndirilməsi aparılmış, kredit ödəniş sistemi və avtomatik ödəniş sistemlərinin xüsusiyyətləri nəzərə çatdırılmış, elektron ödənişlərin həyata keçirilməsində kerdit kartalarının rolundan bəhs edilmiş, elektron məlumat mübadiləsi tətbiqinə, müştəriyə kredit kartı hesabına çıxışı təmin edən telekommunikasiya qurğusu kimi POS terminalların funksiyaları haqqında məlumat verilmişdir.
Açar sözlər: elektron ödəniş, kredit kartı, elektron pul, POS terminal, dünya təcrübəsi.

Giriş

Maliyyə bazarlarının inkişafı, ölkə iqtisadiyyatına investisiyaların artırılması, vahid elektron ödəniş məkanının yaradılması və ölkədə nağd pul dövriyyəsinin məhdudlaşdırılması ilə bağlı müasirliyin tələblərinə uyğun olaraq, müasir xidmətlərin təkmilləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu tədbirlər təşkilatların maliyyə vəziyyətinin gücləndirilməsi, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında yeni mərhələyə keçid prosesinin sürətləndirilməsi, təşkilatların informasiya şəffaflığının təmin edilməsi, kölgə iqtisadiyyatının strukturunun müəyyənləşdirilməsi, vergidən yayınma hallarının minimuma endirilməsi məqsədilə həyata keçirilir.
Auditin əhatə dairəsindən kənarda qalan təsərrüfat əməliyyatları dövlət büdcəsinə daxil olan vəsaitlərin həcminin azalmasına və dövlət iqtisadi tənzimləmə üsullarının səmərəliliyinin azalmasına səbəb olur. Elektron ödəniş vasitələrindən biri olan kredit kartları ölkə iqtisadiyyatında və istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsində mühüm rol oynayır.
Başqa sözlə, kredit kartlarından istifadə zamanı maliyyə əməliyyatlarının dəqiq uçotu və vergi tutulan gəlirin düzgün hesablanması aparılır. Eyni zamanda, elektron ödəniş üsulundan istifadə etməklə istehlakçılar vaxtlarına qənaət edir və özləri ilə külli miqdarda nağd pul aparmaq ehtiyacı ilə üzləşmirlər. Kredit kartı ilə ödəniş zamanı inflyasiyanın azaldılmasında pul kütləsinin rolu minimuma endirilir, büdcə xərcləri isə əhəmiyyətli dərəcədə azalır.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi Azərbaycanda və dünya təcrübəsində plastik kartlarla əməliyyatlar texnologiyasınının istiqamətlərinin qiymətləndirilməsi, bu zaman qarşıda duran problemlərin həlli yollarının müəyyənləşdirilməsidir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir sosial-iqtisadi şəraitdə kommersiya banklarında plastik kartlardan istifadə edilən əməliyyatların öyrənilməsinin aktuallığı pul dövriyyəsinin nağdsız formalarının fəal inkişafı ilə müəyyən edilir. Plastik bank kartı nağdsız ödənişlərin təşkili üçün müasir vasitələrdən biridir, ondan istifadə nağd pul kütləsinin həcmini azaltmağa imkan verir.

Metodlar

Məqalədə analiz, sintez, induksiya, deduksiya tədqiqat metodları istifadə olunmuşdur. Analiz və sintez vahid analitik-sintetik idrak metodunun iki tərəfidir. Analiz obyektin (əqli və ya faktiki) ayrı-ayrılıqda öyrənilməsi məqsədilə onun tərkib hissələrinə bölünməsidir. Sintez obyektin ayrı-ayrı tərkib hissələrinin öyrənilməsindən onun vahid əlaqəli bütövlükdə öyrənilməsinə keçiddir.

İnduksiya formal məntiqi nəticəyə əsaslanan idrak metodudur ki, bu da konkret məlumatlar əsasında ümumi nəticəyə gətirib çıxarır. Deduksiya hər hansı ümumi müddəalara dair biliklərə əsaslanaraq xüsusi nəticələrin alınmasıdır.

Ölkədə dövriyyədə olan böyük miqdarda nağd pul iqtisadiyyatın inkişafına töhfə verən böyük investisiya və kredit resurslarını məhdudlaşdırır və bank sisteminin maliyyə vasitəçiliyini azaldır.

Dövriyyədə olan nağd pul kütləsinin artıqlığı struktur problemlərinin yaranmasına, maliyyə nizamının deqradasiyasına, şəffaflığın azalmasına və ölkədə pərakəndə ticarətin qeyri-bərabər inkişafına səbəb olur. Həmçinin diqqət tələb edən mühüm iqtisadi problemlərdən biri də korrupsiyadır.

Korrupsiyaya qarşı mübarizənin gücləndirilməsi ilə elektron ödənişlərin inkişaf və istifadə səviyyəsinin yüksəldilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu problemin həlli yolu kimi elektron ödəniş sistemlərinin geniş tətbiqi ölkədə dövriyyədə olan pul vəsaitlərinin ümumi həcmində nağd pulun həcminin azalmasına gətirib çıxaracaqdır.

Elektron ticarətin yaranması ənənəvi ödəniş sistemlərinin təmin edə bilmədiyi yeni maliyyə ehtiyaclarının yaranmasına səbəb oldu. Məsələn, onlayn auksion kimi əməliyyatların həyata keçirilməsi üçün elektron poçt vasitəsilə ödəniş üsulunun formalaşdırılmasına ehtiyac var idi.

Nəticədə dövlət, akademiklər və maliyyə xidmətləri göstərən maliyyə təşkilatları elektron ödənişlər və elektron pullarla bağlı araşdırmalara başlayıblar. Bəzi ödəniş sistemləri ənənəvi ödəniş sistemlərinin elektron versiyalarıdır (çeklər, kredit kartları). Digər elektron ödəniş sistemləri elektron pula əsaslanır və maliyyə sisteminə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Elektron paylama şəbəkələri tərəfindən istifadə edilən ödəniş sistemləri 1960-cı illərdən bank və biznes sektorlarında istifadə olunur. Son 50 ilin texnoloji inkişafı bir tərəfdən elektron ödəniş sistemlərinin imkanlarını genişləndirmiş, digər tərəfdən bu sistemlərdən istifadəni tələb edən sosial və biznes sahələrini formalaşdırmışdır. Təsvir edilən dəyişikliklər, öz növbəsində, elektron ödənişlərin mənasının şərhinə təsir etdi. Ümumiyyətlə, elektron ödənişlər müasir telekommunikasiya və elektron şəbəkələrdən istifadə etməklə insanlar, firmalar və banklar arasında həyata keçirilən ödənişlərdir. Ödəniş məsafədən və nağd puldan istifadə etmədən və məsul şəxsin fiziki iştirakı olmadan həyata keçirilir. (Jonker N., 2011, s.284)

Elektron ödəniş sistemləri iki sinfə bölünür: kredit ödəniş sistemi və avtomatik ödəniş sistemi. Kredit kartı əsaslı ödəniş sistemi rəqəmsal imza və məlumat mübadiləsinin şifrələnməsi kimi təhlükəsizlik tədbirlərindən istifadə edir. Bütün kredit sistemləri müştərinin kredit ödəmə qabiliyyətinin və emitent bank tərəfindən göstərilən ödəniş mənbəyinin etibarlılığının təsdiqini tələb edir.

Avtomatik ödəniş sistemi çeklərin və nağd ödənişlərin elektron ekvivalentlərindən istifadəni nəzərdə tutur. Dünya bazarının avtomatik ödəniş sistemləri arasında DigiCash, NetCash, NetChex və NetBill mühüm yer tutur. Avtomatik ödəniş sistemlərinin nisbətən ucuz olması onların istifadəsini mikroödənişlər baxımından daha praktik edir.

Kredit kartı ödənişi e-ticarətdə ən çox istifadə edilən ödəniş formasıdır. Kredit kartlarından istifadə etməklə elektron ödənişlərin həyata keçirilməsində dörd tərəf iştirak edir: kartı verən şirkət, kredit kartı istifadəçiləri, kredit kartı istifadəçilərinə nağd pul tələb etmədən mal satan şirkətlər və banklar. Bu dörd tərəf arasında lazımi müqavilələrin bağlanması ilə kredit kartı ilə ödəniş sistemi formalaşır. Bu müqavilələr müstəqildir, lakin bir-birinə müəyyən təsir göstərir.

Sifariş verdikdən sonra istifadəçilər ödəniş variantı seçimi qarşısında qalırlar. Kredit kartı ilə ödəniş edərkən alıcı kredit kartı nömrəsi, növü, istifadə müddəti, bank hesabı rekvizitləri kimi

məlumatları daxil etməlidir. Kredit kartı ilə ödəmə variantını seçsəniz, ödəniş malların çatdırılmasından sonra edilə bilər.
POS terminal elektron məlumat mübadiləsi tətbiqinə, müştəriyə kredit kartı hesabına çıxışı təmin edən telekommunikasiya qurğusuna misaldır. Cihazın üzərindəki düymələr vasitəsilə malın dəyəri haqqında məlumat alıcının hesabına köçürülür. Pul köçürməsinin aparılmalı olduğu hesab haqqında məlumat kredit kartı və POS cihazı ilə əlaqə saxladıqdan sonra alıcının hesabına verilir. POS terminal vasitəsilə ödəniş edərkən borclunun yazılı ödəniş tapşırığı olmadan malın satıcısına pul köçürməsini banka göstəriş vermək hüququ vardır.
Elektron çeklər elektron ödəniş vasitələrindən biridir. Elektron çeklərin köməyi ilə ödəyici banka pul köçürməsini tapşırır. Elektron çeklər kağız çeklərin bütün funksiyalarını daşıyan sənəddir. Alıcı elektron poçt vasitəsilə satıcıya elektron çek göndərir, satıcı isə çeki banka təqdim edərək pulu alır. Prosesin sonunda çek alıcıya göndərilir və satıcı malı alıcıya çatdıraraq alış prosesini tamamlayır.
Elektron ödəniş alətlərindən biri də smart kartlardır. Smart kartlar bank tərəfindən verilmiş seriya nömrəsi ilə təsdiqlənir. Avtomobillər quraşdırılmış çiplər sayəsində işləməyə başlayır. Kartda quraşdırılmış mikrosxem rəqəmsal imza yaradır və kopyalanan məlumatlara girişin, onun çoxaldılmasının və kənardan digər qeyri-qanuni müdaxilənin qarşısını alır. Smart kartlarla ödəniş parol daxil edilmədən kartın kart oxuyucuya yerləşdirilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Məbləğ kreditora köçürülür, başqa sözlə desək, borclunun kartından kreditorun kartına köçürülür.
Ödəniş üsullarından biri olan elektron pul son illərdə geniş istifadə olunur. Elektron pul texnoloji qurğuya yüklənən və sahibkarlar tərəfindən ödəniş üçün istifadə edilən məbləğdir. Elektron pul rəqəmsal elementdir. Müxtəlif şirkətlər tərəfindən təqdim olunan rəqəmsal pul elementlərinə iki model daxildir. DigiCash-ın təklif etdiyi elektron pul bütün əməliyyatları internet vasitəsilə həyata keçirmək imkanı verir. İstifadəçi xüsusi proqram vasitəsilə elektron pul kisəsinə elektron pul qoyur və bunun sayəsində onlayn rejimdə internet vasitəsilə alış-veriş edə bilir. Elektron pul sxemi ilə fəaliyyət göstərən şirkət xidmət üçün ödənişi onlayn mağazadan alır.
Bundan əlavə, şirkət elektron pulların yüklənməsini həyata keçirən proqram üçün aylıq lisenziya haqqı alır. Elektron ödənişin digər forması isə "Mondex" tərəfindən müxtəlif banklarla əməkdaşlıq çərçivəsində hazırlanmış və oflayn rejimdə istifadə oluna bilən smart kartlardır. Elektron pulların smart karta yüklənməsi zamanı müxtəlif əməliyyatlar həyata keçirmək mümkündür.
Son on ildə Azərbaycan Mərkəzi Bankı beynəlxalq maliyyə institutlarının maliyyə və texniki dəstəyi ilə beynəlxalq standartlara cavab verən Milli Ödəniş Sisteminin yaradılması və inkişafı istiqamətində islahatlar həyata keçirmişdir. 1998-ci ildə Milli Ödəniş Şurası Milli Ödəniş Sisteminin yaradılması üçün konseptual baza və strategiyalar hazırlamışdır.
2001-ci ilin əvvəlində milli ödəniş sisteminin əsas elementlərindən biri olan Real vaxt rejimində Banklararası Hesablaşma Sistemi (AZİPS) yaradılmışdır. AZİPS-in yaradılması ilə banklar arasında ödənişləri onlayn rejimdə həyata keçirmək, pul dövriyyəsinin sürətini artırmaq, o cümlədən kommersiya bankları tərəfindən likvidliyin idarə edilməsinin səmərəliliyini artırmaq mümkün olub. 2002-ci ilin sonunda milli ödəniş sisteminin digər mühüm elementi olan milli telekommunikasiya şəbəkəsi əsasında Kiçik Ödənişlərin Klirinq Sistemi (XOHKS) yaradılmışdır. Bu sistemin yaradılması ilə elektron daşıyıcılardan istifadə etməklə kiçik, lakin müntəzəm ödənişlərin (əmək haqqı, telefon xidmətlərinin ödənişi, elektrik enerjisi və qazın ödənişi) həyata keçirilməsi, o cümlədən dövlət qurumları və kommunal xidmətlərin milli ödənişə uyğunlaşdırılması üçün zəruri zəmin yaranıb.

Son 5 ildə AZİPS sistemi ilə həyata keçirilən əməliyyatların həcmi 33,2% (35600000000 manat), əməliyyatların sayı 7,9% (36000), XOHKS sistemi ilə həyata keçirilən əməliyyatların həcmi isə 2012-ci ildə 2,5% artıb. 2,2% (64800000000), əməliyyatların sayı 13% (23.000.000) artıb. Milli ödəniş sisteminin inkişafı istiqamətində görülən işlərə baxmayaraq, Azərbaycanda inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə göstərilən xidmətlərdən istifadə aşağı səviyyədədir.

Başqa sözlə, ölkədə ümumi pul məbləğində nağd pulun həcmi 68% təşkil edir. Qazaxıstanda bu rəqəm 17%, Estoniyada 6%, İsveçdə 4% təşkil edir. Ölkənin ödəniş sisteminin inkişafını göstərən elektron ödənişlərin sayının ÜDM-ə nisbəti Azərbaycanda ikiyə bərabərdir. Bu göstərici Rusiyada 11, Litvada 19, Estoniyada 39-dur.

Ölkədə elektron ödəniş alətlərindən istifadə səviyyəsinin artırılmasının əsas şərti POS-terminallardan istifadənin genişləndirilməsidir. Müəssisələr tərəfindən göstərilən kommersiya və sosial xidmətlərə görə ödənişlərin həyata keçirilməsi, habelə vergilərin ödənilməsi imkanlarının təmin edilməsi üçün POS-terminalların quraşdırılması, qeydiyyata alınması və istifadəsi qaydaları Nazirlər Şurasının 04.10.2012-ci il tarixli təsdiq edilmiş qərarına uyğun olaraq həyata keçirilir. Ölkədə 2013-cü ildə 33 285, 2014-cü ildə 73 013, 2015-ci ildə 80 301 POS terminal quraşdırılıb..

POS terminallar banklar üçün əlavə gəlir mənbəyidir. Banklar POS-terminallardan istifadəyə görə xidmətlərin göstərilməsi və bu terminallar vasitəsilə aparılan əməliyyatlara görə müəssisələrdən müəyyən məbləğdə haqq alırlar. Ayda 1000 manatadək məbləğdə əməliyyatlar həyata keçirən müəssisələr üçün bu məbləğ 50 manat; aylıq 1000 manatdan artıq məbləğdə əməliyyatlar həyata keçirən müəssisələr üçün bu məbləğ əməliyyatların ümumi həcminin 1-3 faizini təşkil edir. Bu xidmətlərin yüksək qiyməti POS terminallardan istifadə faizinin azalmasına, istehlakçıların kartlardan istifadəyə marağının artmasına, nağd pul əməliyyatlarına marağın artmasına səbəb olur.

Azərbaycanda ödəniş sisteminin inkişafında mühüm elementlərdən biri ödəniş kartlarıdır. Ödəniş kartlarının infrastrukturunun inkişafı 2010-cu ildən davam edir. Mərkəzi Bankın məlumatına görə, 2010-cu ildə banklar 4,231 milyon, 2011-ci ildə 4,58 milyon, 2012-ci ildə 5,008 milyon, 2013-cü ildə 5,673 milyon, 2014-cü ildə 5,965 milyon, 2015-ci ildə 5,659 milyon kart emissiya edib. (R.A.Bəşirov, 2016, s.150)

Ölkədə elektron ödəniş sisteminin inkişafı üçün bu sistemin yayılması vacibdir. Kartla ödənişlərin artırılması və milli ödəniş sisteminin tam qurulması məqsədilə Milli Kart Prosessinq Mərkəzi yaradılmış, o, 18 bankın idarə və istifadəsinə verilmişdir. Hazırda Azərbaycanda 11 bank Milli Kart Prosessinq Mərkəzinin xidmətlərindən istifadə edir. Bu mərkəz yaradıldıqdan sonra ölkədə daha 5 mərkəz yaradılıb və onlar öz fəaliyyətlərini həyata keçirməyə başlayıblar. Ölkədə aparılan araşdırmaların nəticələri smart kart istifadəçilərinin üzləşdiyi bəzi problemlərə işıq salır. Çox tez-tez istifadəçi işdə texniki çətinliklər səbəbindən ödəniş haqqında məlumatı yaddaş kartına yükləmək problemi ilə qarşılaşır.

Üçüncü iqtisadi inqilab ABŞ-da 1950-ci ildə başladı və bu zaman Diners Club şirkəti nağdsız ödənişləri, restoranlarda, turizm agentliklərində və mehmanxanalarda xidmət haqqını ödəmək üçün istifadə edilə bilən ödəniş kartlarını tətbiq etməyə başladı. Buna görə turist kartları və əyləncə adını aldılar. Beləliklə, bu kartların emitenti, pərakəndə satış və əyləncə müəssisələri və kart sahibləri arasında ilk müqavilələr sistemi meydana çıxdı.

1957-ci ildə ABŞ-da 26 kart emitent bankı fəaliyyət göstərirdi, onların proqramlarında 754.000 müştəri və 11.000 tacir iştirak edirdi. Bütün bunlar ildə 400 milyon dollar həcmində ödənişlərin həcmini təmin edib.

1958-ci ildə American Express kartları buraxılmağa başladı. 4 ildən sonra bu təşkilatın 32 min müəssisəsi və 475 mindən çox kart sahibi olub. Bu şirkət Amerika mehmanxanaları assosiasiyası

tərəfindən xidmətlərin ödənilməsi üçün buraxılmış Universal Travel Card-ı əldə etdiyinə görə, artıq çeklərdən istifadə etmək üçün beynəlxalq şəbəkəyə sahib idi və bu şirkət müştəri bazasını cəlb etmək üçün istifadə edirdi. kartları alanların daha çox bir səbəbi plastik kartların inkişafını təmin etmək üçün formalaşmış maliyyə resursları bazası idi. Bu maliyyə resursları müştərilərə kredit verməyə də şərait yaratdı. Bütün bunlar birlikdə American Express şirkətinin uğurunu gətirdi. (Jonker N., 2011, s.201)

1958-ci ildə Bank of America və Chase Manhattan Bank kimi Amerikanın iki ən böyük bankının plastik kart sisteminə qoşulması ilə kartların formalaşmasında prinsipial yeni dövr başladı.

Chase Manhattan Bank, kart sistemindən bir il istifadə etdikdən sonra 350.000 kart sahibi və maraqlanan 5.300 pərakəndə satıcıya sahib idi. 1960-cı ildə kart əməliyyatları 25 milyon dollara yüksəldi.

Eyni zamanda müştərilərin sayı 160 000-ə qədər azalsa da, əməliyyat xərcləri getdikcə artsa da, kartlar üzrə kreditlərin qaytarılmaması da artdı. Beləliklə, sistem gəlirsiz oldu. 1962-ci ildə bank onu 9 milyona satmaq qərarına gəldi. Ancaq 1969-cu ildə bank bu proqramı 50 milyona geri aldı, lakin proqram yenidən böyük miqyasda itkilər verməyə başladı və yenidən satıldı.

O dövrün bütün bankları belə problemlərlə üzləşirdi, lakin bir bank bu istiqamətdə uğurla inkişaf edirdi, bu Bank of Americadır, onun əsas xüsusiyyəti Kaliforniyada bankın məhsulunu alan çox varlı sakinləri ilə çox geniş filial şəbəkəsi idi.

İlk həqiqətən kütləvi kredit kartı krediti uzatmağa imkan verən bir kart idi. Bu kart Bank of America, indiki Visa tərəfindən verilmişdir. Belə bir kartın köməyi ilə əməliyyatların həcmi 75 milyondan 335 milyona, müştərilərin sayı isə 1 milyondan 2,7 milyona yüksəldi.

Bu nöqtədə ABŞ-ın şimal-şərqində bir neçə bank öz kartlarının tətbiqi ilə uğursuz oldu. Əsas səbəb bu regionda banklar şəbəkəsinin olmamasıdır ki, bu da əməliyyatların inkişafını ləngidir, ödəniş dövriyyəsinə plastik kartların daxil edilməsinin qarşısını alır.

Qeyd edək ki, plastik kartları hazırlayarkən bir çox banklar xidmət sistemlərinin inkişafını nəzərə almayıblar ki, bu da inkişafa əngəl törədib.

Beləliklə, 1966-cı ildə bir hadisə baş verdi, bunun nəticəsində xəritə sisteminə bütün sonrakı inkişaf kursu təsir etdi.

"Bank of America" tamamilə bütün əməliyyatları bu bankın plastik kartları ilə cəmləşdirən ayrıca bir müəssisə təşkil etdi. Bununla bağlı böyük məqam ondan ibarət idi ki, bu təşkilat digər banklara Bank of America kartlarını buraxmaq üçün lisenziyalar verməyə başladı və bu, bir çox kiçik bankların plastik kart sisteminin bir hissəsi olmağa böyük təkan verdi. Onlar bütün lazımi avadanlıqları aldılar, lakin plastik kartlarla əməliyyatlarını bankın ciddi nəzarəti altına qoymağa məcbur oldular. 4 ildən sonra ödəniş sisteminin iştirakçısı olmuş bankların sayı 3300-ü ötmüşdür. Hətta İngiltərə Bankı kimi xarici banklar da bu sistemlə maraqlandılar.

Lakin Bank of America nə qədər bazarda plastik kart inhisarı olmağa çalışsa da, 1960-cı illərdə ABŞ-ın şimal-şərqində bir sıra kart emitent birlikləri yarandı. Onların əsasında 1967-ci ildə bir çox bankların birləşmək istədiyi Banklararası Kart Assosiasiyası yaradıldı, nəticədə bu assosiasiya ikinci ən böyük bank kartı şirkəti oldu. Bank of America-dan fərq ondan ibarət idi ki, iştirakçı banklar müəyyən məsələlərin həllində müstəqillik hüququna malik idilər. (Hernando J.R., 2016, s.182)

Bundan sonra sistemlər mərkəzləşdi və hamı eyni qaydalara uyğun olaraq kartları verməli oldu ki, bu da vahid plastik kartın buraxılmasına səbəb oldu.

ABŞ-da plastik kartların bütün sonrakı inkişafı "Visa" və "Master Charge" arasında kobud rəqabət meyarlarında idi. "Master Charge" 1979-cu ildə "Master Card" adlandırıldı.

1980-ci ildə Visa kartlarının sayı 73 milyona, əməliyyatların illik həcmi isə bir milyarda çatmışdır. 1998-ci ildə dövriyyədə 1022 milyon Visa kartı var idi və əməliyyatlar 171 milyard dollara çatdı. "Master Card" da rəqibi ilə ayaqlaşmağa çalışdı, miqyası artdı və 1980-ci ildə 55 milyon plastik kart var idi ki, onların həcmi 10,4 milyard dollar idi, lakin 1990-cı ilə qədər master-kart 90 milyon karta çatdı və onların həcmi 99 milyard idi.

Amerikada bazarın formalaşması ilə eyni vaxtda plastik kart əməliyyatlarının da beynəlmiləlləşməsi baş verdi.

Təxminən eyni vaxtda İngilis Otellər və Restoranlar Assosiasiyası plastik kredit kartı istehsal etməyə başladı, bu, tam olaraq bank işi deyildi, lakin bir çox funksiyaları özündə cəmləşdirdi. 1965-ci ildə bu sistem öz İsveçli rəqibi ilə birləşdi, O, İsveçdə bir firma qurdu. MasterCard ilə əməkdaşlığını genişləndirən Eurocard, yeni texnologiyaların ortaya çıxması ilə Cirru şirkətləri ilə müqavilələr bağladı.

Beləliklə, İngiltərədə ilk kartı 1965-ci ildə buraxdılar. 1966-cı ildə İngiltərə Bankı Amerika Bankı ilə birgə iş müqaviləsi bağladı, əslində bu, Bank of England kartlarını beynəlxalq dövriyyəyə təqdim etmək üçün Bank of America-nın inkişaf etmiş strukturundan istifadə etməyə imkan verdi.

1970-ci illərin əvvəllərində İngiltərənin digər bankları Barclay bankının uğurundan təəccübləndilər və ikinci milli şəbəkənin yaradılmasına üz tutdular. Nəticədə, "Joint Credit Card Company Ltd" adlı ikinci şəbəkə "Master Card" ilə müqavilə bağlamış və demək olar ki, dünyanın bütün ölkələrində Master Card qurumlarında xidmət və malların ödənişi kimi qəbul olunmağa başlamışdır. "Master Card" və "Visa"nın Amerika emitentləri qlobal miqyaslı bir birliyə reinkarnasiya edə bildilər. Onların ölçüsünü 1999-cu ilin mart ayının əvvəlində Master Card tərəfindən verilən etibarlı məlumat əsasında qiymətləndirmək olar. Master Cards dünyanın bütün yerlərində 21,8 min bank və maliyyə şirkəti tərəfindən buraxılır və onlara xidmət göstərir. (R.A.Bashirov, 2016, s.144)

Master Card və Europe Pay plastik kartlarını qəbul edən şirkət və xidmətlərin sayı 12 milyon nəfəri əhatə edir. 1999-cu ildə əməliyyatların vahid illik həcmi 321 milyard dollar, plastik kart sahiblərinin sayı isə 228 milyon, o cümlədən Avropa kartları və 100 milyon olmuşdur. Master Card Assosiasiyası da plastik kartların istifadəsi ilə bağlı bir çox tədbirlər təklif etdi, sonradan digər şirkətlər tərəfindən qəbul edildi, məsələn, onlar karta lazer holoqram yerləşdirdilər, bu da öz növbəsində bank kartının saxtakarlıqdan qorunmasını artırdı.

1988-ci ildə Master Card International Euro Card International ilə əməkdaşlığa başladı. Bu hərəkət Master Card-a sistemin ölçüsünü əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirməyə və müxtəlif kart tətbiqlərini təqdim etməyə imkan verdi ki, bu da əslində onun Avropa və dünyanın digər yerlərində rəqabət qabiliyyətini gücləndirdi. (Shaw L., 2016, s.180)

1992-ci ilin sentyabr ayının əvvəlində üç firmanın birləşməsi nəticəsində Europay International yaradıldı. Bu yeni yaranan şirkətin kapitalında iyirmi iki Avropa ölkəsi iştirak edirdi. Bank kartları ilə hesablaşmalar və çeklər üçün iştirakçılara ödəniş xidmətlərinin verilməsinə əsaslanır.

Xarici ödəniş sistemlərinin plastik kartları SSRİ-də 1969-cu ildə meydana çıxdı. Baxmayaraq ki, bunlar xarici şirkət və təşkilatların buraxdığı kartlar idi. Başqa sözlə, SSRİ-də bu kartları ödəniş vasitəsi şəklində qəbul edən müəssisələr şəbəkəsi formalaşmağa başladı. Məhz 1969-cu ildə Diners Club xarici şirkəti ilə ilk müqavilə bağlandı. 1974-cü ildə bazarda "American Express", 1975-ci ildə "Visa" o zaman "Bank Americaard" və Eurocard adlanırdı, 1976-cı ildə isə Yaponiyanın "JCB" şirkəti bazara çıxdı. SSRİ tərəfindən bütün bu müqavilələr mağazalarda və mehmanxanalarda plastik kartlarla ödənişləri təşkil edən VAO Inturist tərəfindən qəbul edilmiş və imzalanmışdır.

1992-1994-cü illərdə nəzarət səhm paketinə malik Kredobank və ikinci ən böyük səhmdar olan Most Bank təşkilata nəzarət uğrunda mübarizə apardı. 1996-cı ildə bankın kredosu çətinliklərlə üzləşdi və onun payı Onexim bank tərəfindən satın alındı, əslində bu, ödəniş sistemlərinə yaxın bank çevrələrində yenidən pis reaksiyaya səbəb oldu, çünki Onexim bank əvvəllər plastik kartlarla qarşılaşmamışdı. Və səhmlərin bir hissəsi və ya hətta nəzarət payı üçün daha təcrübəli banklar arasında çoxlu müraciət edənlər var idi. Buna baxmayaraq, beynəlxalq ödəniş sistemlərinin rolu olmadan problem həll edildi, çünki onlar üçün yalnız şəbəkənin sabitliyi vacib idi və bu sistemin ekvayerlər arasında bölünməsi sabitliyi qorumaq üçün ən yaxşı variant deyil.

SSRİ-də ilk beynəlxalq kartı buraxan Vneşekonombank oldu, 1989-cu ildə o, "qızıl" kartı "Eurocard" buraxdı. Bu günə qədər onların istifadəçisinin neçə nəfər olduğu və konkret kimə verildiyi bəlli deyil. Yalnız aydındır ki, onlar son dərəcə məhdud sayda buraxılıb və çox dar bir dairəyə verilib. Bu təcrübə plastik kartlar sahəsində uğurlu sınaq kimi müəyyən edilə bilər.

Bu səbəbdən Visa kartını buraxan ilk Rusiya bankının Kredobank olduğunu düşünmək daha düzgündür. Bu, 1991-ci ilin payızında baş verdi. Artıq 1992-ci ilin oktyabrında o, iki ödəniş sisteminin "Most-Bank" kartlarının emissiyası, ardınca Mosbusinessbank tərəfindən Visa kartlarının buraxılması, ardınca Eurocard/Master Card ödəniş sisteminin Elbimbank qızıl plastik kartlarının emissiyası haqqında danışdı.

Bu dövrdə əsas beynəlxalq bank assosiasiyaları tərəfindən bankları ödəniş sistemlərinə qoşulmaqdan çəkindirmək üçün qeyri-rəsmi siyasi fəaliyyətlər həyata keçirildi. Lakin 1993-cü ildə İnkombank-ın köməyi ilə bu qadağa sona çatdı.

Həmin dövrdə beynəlxalq plastik kartlara xidmət şəbəkəsinin genişləndirilməsi də həyata keçirilirdi ki, burada nağd pulların qəbulu üçün məntəqələr azdır və yalnız bu xidmət Rusiya kommersiya bankları üçün məqbul sayılırdı.

1993-cü ildən Europay şirkəti Rusiya Federasiyasında strategiyasını dəyişdi: o, tez bir zamanda Rusiya banklarının ödəniş sistemi assosiasiyasının üzvü kimi qəbulunu artırdı və daha rahat iş üçün Moskvada filial açıldı. "Visa" Rusiyaya qarşı təmkinli davransa da, "Europay" tezliklə Rusiya banklarının sayını bir neçə onlarla nəfərə çatdırdı. Nəticədə, banklar üçün ümumi problemləri tez və daha yaxşı həll etməyə kömək edən Rusiya iştirakçılarının "Europay" birliyi yaradıldı.

Hazırda "Visa" artıq Rusiyaya diqqətini çəkmir, müvafiq rus birliyi yaradılır, klirinq kimi regional səviyyəli suallara cavablar tapılır, hesablaşma sistemi üçün Rusiya bankı müəyyən edilir.

Beynəlxalq kartların dalınca və tanınmış assosiasiyaların maneələri qarşısında xarici maliyyə qurumları ilə agentlik müqaviləsi bağlamaq yolunu tutan banklar var, başqa sözlə, müştərilərinə xarici bankların buraxdığı kartları verməyə başlayıblar. İlk növbədə Visa və Europay-ın özləri tərəfindən həyata keçirilən bu cür hərəkətlərin qanuniliyi ilə bağlı hələ də şübhələr var.

Rusiya bankı tərəfindən buraxılan ilk beynəlxalq kartın yaradılmasından bir neçə il sonra bazar çox dəyişdi: buraxılmış kartların sayı tezliklə bir milyona çatacaq, banklar müstəqil olaraq ekvayinq həyata keçirəcəklər.

1993-cü ilin aprel ayının əvvəlində "Union Card" sistemi "Avtobank" və "İnkombank" tərəfindən yaradıldı və bir sıra digər rus bankirləri həmtəsisçi oldular. "Union Card" əvvəldən banklararası bir şirkət kimi dizayn edilmiş və bu istiqamətdə getməyə davam edir, "Union Card" QSC isə eyni vaxtda bir çox funksiyaları yerinə yetirir, məsələn: emal fəaliyyəti, yeni avadanlıq və proqram təminatının tətbiqi və işlənməsi. Bu, sistemdə iştirak edən bankların sayını yüzə qədər artırdı və prosessinq mərkəzləri şəbəkəsi də onlarla törəmə müəssisəyə çatdı.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Təşkilat həm də öz ticarət şəbəkəsinin bir hissəsinin satışı hesabına Moskva alıcı banklarının sayını genişləndirmək yolu ilə irəliləyir. Hər şeyə əlavə olaraq, Rusiya Federasiyasının xaricdə öz kartlarını qəbul etmək şəbəkəsini artırmaq, habelə beynəlxalq ödəniş sistemlərində bəzi banklar üçün prosessinq şirkəti kimi sertifikat almaq cəhdləri var. Junon Card sistemi digər bankların tənəzzülündən və böhranlardan xüsusilə çətin problemlər olmadan sağ çıxmağı bacardı, lakin nəticədə risklərin azaldılması və sistemin sabitliyinin artırılması ilə bağlı qərar qəbul edilir.
"Zolotoy Korona" sistemi xüsusi diqqətə layiqdir. Birincisi, bu sistem mərkəzi Moskvada olmayan iri ödəniş sistemlərindən biridir. İkincisi, bu sistem banklararası olmaqla banklar üçün xarakterik olmayan çip texnologiyasından istifadə edir.

Nəticə

Ölkədə elektron ödənişlərin inkişafında problemlərdən biri də banklar tərəfindən kartların istifadəçilərə satılmasıdır. Bu problemi həll etmək üçün vahid qaydalar hazırlamaq lazımdır.
POS-terminallar vasitəsilə alış-veriş edərkən cari balans haqqında məlumatların əldə olunmaması elektron ödənişlərin etibarlılığı ilə bağlı şübhələrə əsas yaradır. Elektron ödənişlərin inkişafına mənfi təsir göstərən səbəblərdən biri də kartlardan istifadə səviyyəsinin aşağı olmasıdır.
Ölkədə kartlardan istifadənin aşağı səviyyədə olmasının səbəbi bu növ xidmətlərdən istifadə vərdişinin olmamasıdır. Azərbaycanda elektron ödənişlərin inkişafını ləngidən səbəblərdən biri də POS terminalların quraşdırılması üçün tələb olunan ödənişdir. Bir çox müəssisələr ödəmə qabiliyyəti olmadığından POS terminalların quraşdırılmasına görə məbləği ödəyə bilmirlər və bu səbəbdən bu qurğulardan istifadə səviyyəsi aşağı düşür.
Son onillikdə Azərbaycan dünya iqtisadiyyatına uğurla inteqrasiya edib və ölkənin alıcılıq qabiliyyəti nisbətən yüksəlib. Belə ki, son illərdə ümumi ticarətdə elektron ticarətin payının artırılmasına ehtiyac yaranıb. Nəticədə müxtəlif növ ödəniş sistemlərindən və ödəniş alətlərindən istifadə zərurəti yarandı.
Ölkədə ödəniş alətlərindən istifadənin artırılması üçün mühüm amil elektron ödənişlərlə bağlı problemlərin həllidir. Son zamanlar istifadəçilərin elektron ödənişlərə inamsızlığı böyük problemə çevrilib. Elektron ödənişə inamı artırmaq üçün kartların işləməsi ilə bağlı texniki problemləri aradan qaldırmaq lazımdır.
Vətəndaşları elektron ödənişlərə həvəsləndirmək üçün inkişaf etmiş ölkələrdə həvəsləndirmə üsullarını öyrənmək və müvafiq metodların tətbiqinə başlamaq lazımdır. Məsələn, Kolumbiyada kart istifadəçiləri üçün ƏDV 2% azaldılır, Macarıstanda 3 il müddətinə POS terminalların quraşdırılmasına dövlət dəstəyi verilir, İsveçdə kartlardan istifadə etməklə illik ödənişlərin məbləğinin 2%-i həcmində mükafat verilir.
Ölkədə POS terminallardan istifadəni stimullaşdırmaq üçün cihazın quraşdırılmasına görə ödəniş şərtlərini sadələşdirmək lazımdır. Məsələn, cihazın quraşdırılması üçün ödəniş adətən olduğu kimi proses zamanı deyil, quraşdırmadan sonra götürülə bilər.
Başqa bir təklif: Rusiya və Moldovada olduğu kimi cihazın pulsuz quraşdırılmasını təmin etməkdir. Bankomatlardan, POS-terminallardan və kartlardan istifadənin təşviqi elektron ödənişlərin inkişafını sürətləndirməklə yanaşı, maliyyə resurslarından səmərəli istifadəyə və şəffaflığın artmasına gətirib çıxaracaqdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Bashirov, R.A. “Bank ishi”. Bakı, 2016
2. Jonker, N. “Card Acceptance and Surcharging: The Role of Costs and Competition. Review of Network Economics.” , London, 2011
3. Hernando, J.R “Crowdfunding: The Collaborative Economy for Channeling Institutional and Household Savings” Research in International Business and Finance. London, 2016
4. Shaw L. “The Meanings of New Money: Social Constructions of Value in the Rise of Digital Currencies”, Doctoral dissertation, University of Washington, 2016

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ КАК СРЕДСТВА ОПЛАТЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Эмин Асланов[1], **Джахид Хахвердиев** [2]
[1]Доктор философии по экономике, emin.sh.aslanov@mail.ru
[2]Магистрант, cahidhaqverdiyev8@mail.ru
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский государственный экономический университет

РЕЗЮМЕ

Деятельность Центрального банка Азербайджана, связанная с платежной системой, осуществляется департаментом платежных систем и бухгалтерского учета. Миссия департамента платежных систем и бухгалтерского учета заключается в создании платежных систем, отвечающих современным стандартам, и обеспечении устойчивого использования этих систем, а также в совершенствовании системы в соответствии с международной практикой.

Рынок пластиковых карт в Азербайджане, в том числе сфера безналичных платежей, постоянно развивается: растет количество карт, увеличивается оборот и остатки на счетах банковских карт. Причиной такого процесса является глобальная тенденция расширения системы безналичных расчетов. Организация единой универсальной расчетной сети, создающей пластиковые карты, позволяет обслуживать ежедневные платежи населения. Это приводит к значительному снижению доли наличных операций и качественному изменению структуры финансовых потоков в Азербайджане.

Электронные платежи играют важную роль в увеличении оборота финансовых ресурсов, снижении затрат, связанных с печатью, транспортировкой, хранением бумажных денег, в общем развитии экономики. POS-терминалы, один из электронных платежных инструментов, создают преимущества для держателей карт и предприятий. Использование POS-терминалов целесообразно и выгодно с точки зрения точности сумм, простоты осуществления платежей, увеличения числа клиентов, упрощения процедуры оплаты наличными, повышения уровня надежности и повышения платежеспособности.

В статье рассмотрена история и современное состояние использования платежных карт в Азербайджанской Республике и мировой практике, проведен анализ и оценка показателя

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

использования электронных платежных средств, учтены особенности кредитных платежных систем и автоматических платежных систем, рассказано о роли карт Kerdit в осуществлении электронных платежей, рассмотрены вопросы о применении электронного обмена информацией, о функциях POS-терминалов как телекоммуникационного устройства, обеспечивающего клиенту доступ к счету кредитной карты информация предоставлена.
Ключевые слова: электронный платеж, кредитная карта, электронные деньги, POS-терминал, мировой опыт

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-29

E-ISSN: 2674-5224
41-54 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

EVALUATION OF THE ROLE OF MUNICIPALITIES IN THE DEVELOPMENT OF TERRITORIES FREED FROM OCCUPATION IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN

Bayramali Gurbanov[1], Elchin Salmanov[2]
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor,
[2] Master student, e.salmanov18@gmail.com,
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics

ABSTRACT

In the 90s of the last century, the transformation of the socio-political and economic system began in Azerbaijan. This process covered all areas of the population's life: economic, social and spiritual. The main substantive part of the implemented changes was the radical reform of economic management, especially the transition from administrative methods of management to market methods. At the same time, steps were taken to change the vertical line of power, the internal structure of the state, and the management of public life. One of the main tasks facing the country now is to ensure the restoration, settlement and integration of the liberated territories into the national economy. For this, it is required to completely reconstruct the production, social, socio-cultural and management infrastructure in those areas, and to create jobs for the employment of the population to be settled. Despite the fact that local self-government bodies play an important role in the socio-economic development of the territories of the republic, it has not yet been possible to realize its inherent potential. This is hindered by a number of unsolved problems. It is possible to change the situation by increasing the level of interaction between the government, population and business. Their joint work will contribute to the comprehensive development of territories, the formulation of a more efficient socio-economic policy, will minimize the role of factors that hinder the growth of indicators in many important areas of the economy, and will ultimately lead to economic growth, and it will be possible to achieve the main goal of local self-government - improving the quality of life of the population .

One of the important tasks to be done in the liberated territories of Azerbaijan is the creation of municipalities and the holding of municipal elections. Establishment of municipalities is a necessary step and an integral part of state building in terms of the organization of optimal management in these areas of our republic, promotion of opportunities for citizens who will move to those areas to participate in local public life. As we know, the issues of organizing local self-government are regulated by law, and the mechanism of this is determined by the law on territories and lands of municipalities. According to the law, for the establishment of municipalities, first of all, the determination and registration of administrative territorial circles, settlements, etc. in the territories freed from occupation. things must be done.

Effective functioning of municipalities and the role they play in the socio-economic development of the region is directly related to their management activities. From the point of view of administrative activity, the activity of the municipality derives from the following provisions characterizing the basic principles of local self-government:

- in the municipal management system: management objects are the local territory and the socio-economic processes taking place there;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

- in the municipal management system, there are two subjects of management: the population of the municipality (local community) and local self-government bodies acting on behalf of the local community.
It has not been possible to organize municipalities and hold elections in the territories freed from occupation because our compatriots have not been able to live in those territories as a result of the occupation. One of the most important conditions for achieving the goals of sustainable development of municipalities in these areas of our republic and solving local problems will depend on the ability of municipal bodies to effectively use the spatial characteristics of the area under their jurisdiction, including both the natural environment and the created production.
When municipalities are created in liberated territories, it will be impossible to form budget revenues for these institutions in the initial period. Because it does not seem realistic to attract them to pay local taxes at a time when living has just begun and the population is not fully settled. As land reform has not been carried out in those areas, the land and properties owned by the municipality have not yet been identified. In such a situation, it is impossible to sell, lease and use municipal land and property. At the same time, the lack of knowledge of municipal ownership makes it impossible to include in the budget funds for advertising carriers, trade, public catering and other services, car parking and parking on the land and property representing that ownership.
The article is devoted to the analysis of the organization of municipalities in the liberated territories of the Republic of Azerbaijan and their financial provision. The study evaluates the role of municipalities in the socio-economic development of territories liberated from occupation in our country, as well as the characteristics of the organization of municipal finances in these territories.
Keywords: municipality, socio-economic development, freed territories, economic development.

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA İŞĞALDAN AZAD OLMUŞ ƏRAZİLƏRİN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNDƏ BƏLƏDİYYƏLƏRİN ROLUNUN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Bayraməli Qurbanov[1], Elçin Salmanov[2]
[1] İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, e.salmanov18@gmail.com
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

XÜLASƏ

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, məskunlaşması və milli iqtisadiyyata inteqrasiyasını təmin etmək hazırda ölkənin qarşısında duran başlıca vəzifələrdən biridir. Bunun üçün həmin ərazilərdə istehsal, sosial, sosial-mədəni və idarəetmə infrastrukturunun tamamilə yenidən qurulması, məskunlaşacaq əhalinin məşğulluğu üçün iş yerlərinin yaradılması tələb olunur. Respublikanın ərazilərinin sosial-iqtisadi inkişafında yerli özünüidarəetmə orqanlarının mühüm rol oynamasına baxmayaraq, ona xas olan potensialı hələ də reallaşdırmaq mümkün olmayıb. Buna bir sıra həll olunmamış problemlər mane olur. Hakimiyyət, əhali və biznes arasında qarşılıqlı əlaqənin səviyyəsini artırmaqla vəziyyəti dəyişmək mümkündür. Onların birgə işi

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ərazilərin hərtərəfli inkişafına, daha səmərəli sosial-iqtisadi siyasətin formalaşdırılmasına töhfə verəcək, iqtisadiyyatın bir çox mühüm sahələrində göstəricilərin artımına mane olan amillərin rolunu minimuma endirəcək və nəticədə iqtisadi artıma gətirib çıxaracaq, yerli özünüidarənin əsas məqsədinə - əhalinin həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına nail olmaq mümkün olacaqdır. Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərində görüləcək mühüm işlərdən biri də bələdiyyələrin yaradılması və bələdiyyə seçkilərinin keçirilməsidir. Respublikamızın bu ərazilərində optimal idarəetmənin təşkili, həmin ərazilərə köçəcək vətəndaşların yerli ictimai həyatda iştirak imkanlarının təşviq edilməsi baxımından bələdiyyələrin yaradılması zəruri addımdır və dövlət quruculuğunun tərkib hissəsidir. Bildiyimiz kimi yerlərdə özünüidarənin təşkili məsələləri qanunla tənzimlənir və bunun mexanizmi də bələdiyyələrin əraziləri və torpaqları haqqında qanunla müəyyən edilir. Qanuna əsasən, bələdiyyələrin yaradılması üçün ilk növbədə işğalan azad olunmuş ərazilərdə inzibati ərazi dairələrinin, yaşayış məntəqələrinin müəyyən olunması və qeydiyyatı və s. işlər görülməlidir.
Məqalə Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad olmuş ərazilərində bələdiyyələrin təşkili, onların maliyyə təminatı məsələlərinin təhlilinə həsr edilmişdir. Tədqiqatda ölkəmizdə bələdiyyələrin işğaldan azad olmuş ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafında rolu qiymətləndirilir, həmçinin bu ərazilərdə ərazilərdə bələdiyyə maliyyəsinin təşkili xüsusiyyətləri tədqiqata cəlb edilir.
Açar sözlər: bələdiyyə, sosial-iqtisadi inkişaf, işğaldan azad olmuş ərazilər, itisadi inkişaf

Giriş

2020-ci il 44 günlük Vətən müharibəsindən sonra dövlət başçısı İlham Əliyevin qətiyyətli siyasi iradəsi və Azərbaycan xalqının mərd oğullarının şücaəti sayəsində 30 ildir düşmən tapdağı altında olan Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri işğaldan azad olundu. İşğaldan əvvəl ölkə iqtisadiyyatı içərisində xüsusi əhəmiyyətə sahib olan bu bölgələrin iqtisadiyyatı işğal ilə birlikdə bütünlüklə məhv edilmişdir. Təəssüf ki, düşmən əsarətində keçən bu 30 il ərzində düşmən regionun resurslarını talan etmiş, sosial-iqtisadi infrastrukturu tamamilə sıradan çıxarmışdır. Bu səbəbdən də işğaldan sonrakı mərhələdə dövlətimizin qarşısmda duran əsas məqsəd bu torpaqların iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək, bölgənin əvvəlki zəngin tarixini geri qaytarmaqdır. Təbii ki, bu məqsədə nail olmaq özü də bir müharibə aparmaq qədər çətin, keçməkeşli, siyasi iradə və eyni zamanda, ciddi maliyyə yükü tələb edən bir prosesdir. İşğaldan azad olunmuş ərazilərin iqtisadi dirçəlişini həyata keçirmək üçün mütləq şəkildə xalqın, xüsusilə də sahibkarların bu proseslərin içində olması və əslində birbaşa iştirakı lazımdır.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi işğaldan azad olmuş ərazilərdə bələdiyyə işinin təşkili məsələsinə aydınlıq gətirmək, maliyyə işinin aparılmasını təhlil etmək və həmin ərazilərdə sosial, iqtisadi inkişaf baxımından bələdiyyələrin rolunu qiymətləndirməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Azərbaycan Respublikasında bələdiyyələr 1999 – cu ildə yaradılıb və 2015-ci ilin statistikasına əsasən ölkə üzrə 1607 bələdiyyə fəaliyyət göstərir. Bələdiyyələrin statusunu, maliyyə-iqtisadi əsaslarını, dövlət orqanları ilə münasibətlərini, onlar üzərində inzibati nəzarəti və s. məsələləri tənzimləyən bir çox qanunvericilik aktları qəbul olunmuşdur. Heç şübhəsiz bələdiyyələrinin maliyyə - iqitisadi əsaslarından biri kimi bələdiyyə büdcələrinin formalaşması, tərtibi, icrası və

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

təhlili məsələləri çox əhəmiyyət kəsb edən, eyni zamanda bələdiyyələrin ərazisində yaşayan vətəndaşların sosial-iqtisadi ehtiyaclarının və ərazinin bir sıra problem və məsələlərinin həlli baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə yaradılacaq bələdiyyələrin təşkilinin kiçik istisnalarla inzibati ərazi dairəsi əsasında formalaşması mümkündür. Həmin ərazilərdə bələdiyyələrin rolunun qiymətləndirilməsi mövzunun aktuallığını şərtləndirir.

Metodlar

Tədqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. Məqalənin yazılmasında analiz, sintez, induksiya, deduksiya, sxem üsullarından istifadə edilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə bələdiyyə maliyyəsinin mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək və işğaldan azad olunmuş ərazilərdə bələdiyyələrin təşkili və onların maliyyə təminatı məsələlərinin təhlilini aparmaq mümkün olmuşdur.

Azərbaycan hökuməti Vətən Müharibəsi nəticəsində işğaldan azad edilmiş ərazilərdə sürətli bərpa işlərini davam etdirir. Hazırda hökumətin qarşısında duran əsas vəzifə qısa müddətdə ərazilərin minalardan təmizlənməsi, paralel olaraq ilkin infrastrukturun qurulması və sonrakı mərhələdə yaşayış evlərinin tikintisinə başlamaqla əhalinin öz torpaqlarına qayıdışını təmin etməkdir. Ancaq əhalinin qayıdışı təkcə fiziki yox, həm də müvafiq idarəetmə institutlarının qurulması fonunda baş verməlidir. Bunlardan biri də yerli özünüidarə institutunu təmsil edən bələdiyyələrdir (https://bakuresearchinstitute.org/how-should-self-government-be-established-in-the-liberated-territories-2/).

Azərbaycan 2002-ci ildə Yerli Özünüidarəyə Dair Avropa Xartiyasını xüsusi bəyanatla ratifikasiya edib. Bəyanatda qeyd edilib ki, "Azərbaycan Respublikası Ermənistan Respublikası tərəfindən işğal olunmuş ərazilərində Xartiyanın müddəalarının yerinə yetirilməsinə işğal olunmuş ərazilər azad olunana qədər təminat vermək iqtidarında deyil." Həqiqətən də Dağlıq Qarabağ bölgəsinin və ətraf 7 rayonun Ermənistan Respublikasının silahlı qüvvələri tərəfindən işğalı həmin əraziləri tərk etmək məcburiyyətində qalmış yüz minlərlə məcburi köçkünü yerli özünüidarə hüququnu həyata keçirmək imkanından məhrum edib.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 1606 bələdiyyə arasında Ağdam və Füzuli rayonlarını əhatə edən bələdiyyələrə də rast gəlmək olar. Belə ki, bu rayonların bəzi əraziləri işğal olunmadığından həmin yaşayış məntəqələrində yerli özünüidarə qurumları mövcuddur. Hazırda Ağdam rayonunda 11 qəsəbəni və 79 kəndi əhatə edən 14 bələdiyyə, Füzuli rayonunda 1 şəhəri, 16 qəsəbəni və 18 kəndi əhatə edən 21 bələdiyyə fəaliyyət göstərir. Şübhəsiz ki, işğaldan azad olunmuş ərazilərdə əhali məskunlaşması təmin edildikdən sonra digər institutlar kimi yerli özünüidarə institutlarının da yaradılmasına başlanacaq. İlkin qiymətləndirməmizə görə, işğaldan azad olunmuş inzibati-ərazi vahidlərində təxminən 259 yeni bələdiyyənin yaradılması mümkündür (cədvəl 3) (https://bakuresearchinstitute.org/how-should-self-government-be-established-in-the-liberated-territories-2/).

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

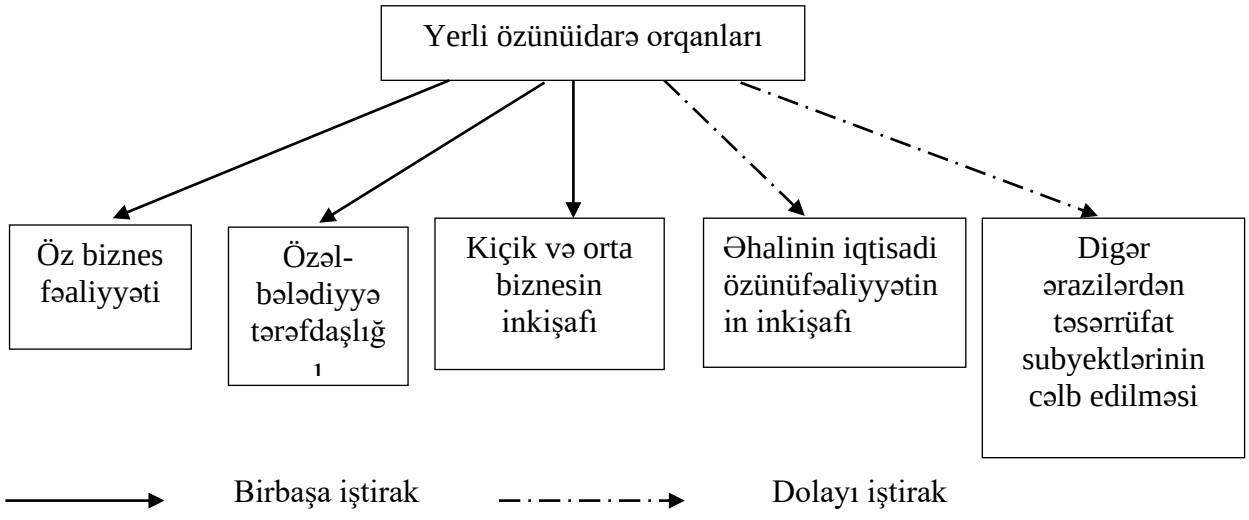
Cədvəl 1: İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə bələdiyyələrin inzibati-ərazi tipi üzrə təşkilinin mümkün sayı.

Rayonların adları	Şəhər bələdiyyəsi	Qəsəbə bələdiyyəsi	Kənd bələdiyyəsi	Cəmi
Cəbrayıl rayonu	1	4	22	**27**
Füzuli rayonu	1	3	21	**25**
Ağdam rayonu	1	3	12	**16**
Tərtər rayonu	–	–	3	**3**
Xocalı rayonu	–	–	9	**9**
Şuşa rayonu	1	–	2	**3**
Xocavənd rayonu	–	1	18	**19**
Kəlbəcər rayonu	1	1	53	**55**
Laçın rayonu	–	–	45	**45**
Qubadlı rayonu	1	–	30	**31**
Zəngilan rayonu	1	5	20	**26**
CƏMİ:	**7**	**17**	**235**	**259**

Mənbə: https://stat.gov.az/source/finance/ - un məlumatlarına uyğun olaraq müəllifin şəxsi mülahizəsi əsasında hazırlanıb

Azərbaycanda bələdiyyələr inzibati ərazi tipinə görə bölgüsü şəhər, qəsəbə və kənd olmaqla 3 yerə bölünür. Cədvəl 2-də göstərilən ssenari özünü doğruldacağı halda yeni yaradılacaq 259 bələdiyyənin 7-si şəhər, 17-si qəsəbə, 235-i isə kənd bələdiyyəsi olacaq (https://stat.gov.az/source/finance/).
Xarici təcrübənin göstərdiyi kimi, yerli maliyyə-iqtisadi siyasətdə sahibkarlığın inkişafı üçün şəraitin yaradılmasını nəzərdə tutan sahələr getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir (Uskova T.V, 2012: s. 129). Bu halda yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyəti birbaşa və ya dolayı ola bilər (sxem 1).

Sxem 1: Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafında yerli özünüidarəetmə orqanlarının iştirak sahələri



Mənbə: Gutnikova Ye.A., 2012: s. 51

Birinci istiqamət bilavasitə iştirakı nəzərdə tutur, yəni:
- öz sahibkarlıq istehsal və təsərrüfat fəaliyyəti (məsələn, şəxsi torpaq sahələrinin emalı, məhsul yığımı, kənd təsərrüfatı məhsullarının alınması üzrə əhaliyə xidmətlər göstərmək üçün bələdiyyə müəssisələrinin yaradılması: satınalma, marketinq, emal kooperativləri şəbəkəsi və s.);
- Bələdiyyə təsərrüfatının müxtəlif sahələrinin inkişafını idarə etmək üçün birgə təşkilatların yaradılması (özəl bələdiyyə partnyorluğu): vəsaitlərin cəlb edilməsi mənbəyindən asılı olaraq yerli kapitalın iştirakı ilə ola və ya kənardan investor cəlb edə bilər.
İkincisi, yerli özünüidarəetmə orqanlarının mövcud təşkilatların və müəssisələrin inkişafı və yenilərinin yaradılması üçün şərait yaratmasını nəzərdə tutur, yəni:
- kiçik və orta biznesə dəstək; bunlar nisbətən kiçik ilkin investisiyalar tələb edən ən sürətlə həyata keçirilən investisiya layihələridir;
- əhalinin iqtisadi özünüməşğulluğunun, ilk növbədə ailə üzvlərinin əməyinə əsaslanan müəssisələrin inkişafı: bu, əhalinin fərdi təsərrüfatlarda (xüsusilə kənd yaşayış məntəqələrində) məşğulluğu ola bilər;
- iqtisadi özünüməşğulluğa ev işi, servis və kiçik pərakəndə ticarət də daxildir, əhalinin özünüməşğulluğunun bütün bu formaları faydalıdır, çünki onlar kapitalın ilkin toplanmasına və keçid üçün maddi bazanın yaradılmasına kömək edə bilər;
- müstəqil təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirmək üçün təsərrüfat subyektlərinin bu əraziyə cəlb edilməsi (Gutnikova Ye.A., 2012: s. 52).
Özəl-bələdiyyə tərəfdaşlığına misal olaraq investisiya layihələrinin həyata keçirilməsini göstərmək olar. Səlahiyyətlilər sahibkarlıq subyektlərinə hərtərəfli yardım göstərir, o cümlədən layihənin hazırlanması, yeni istehsalın yerləşəcəyi ərazidə lazımi mühəndis infrastrukturunun hazırlanması, hüquqi və konsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi, müəyyən vergi güzəştlərinin verilməsi və s.
İşğaldan azad olunmuş ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafında bələdiyyələrin rolu aşağıdakılar ola bilər:
- sahibkarlıq təşəbbüsünün inkişaf etdirilməsi, kənd əhalisinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün prioritetlər və əsas istiqamətlərin müəyyən edilməsi, kənddə istehlak kooperasiyasının inkişafının stimullaşdırılması;
- kənd yerlərinin sosial potensialının inkişafı, kütləvi idmanın inkişafı və sağlam həyat tərzinin təbliği, “Sağlam kənd” proqramının hazırlanması;
- kənd yerlərinin iqtisadi inkişafı üçün perspektivli alətlər, kənd yaşayış məntəqələrinin vergitutma bazasının artırılması, fərdi yaşayış evlərinin tikintisi, regionda kənd turizminin inkişafı;
- kənddə kadrların hazırlanması və saxlanılması sisteminin yaradılması, özəl tərəfdaşlığın inkişaf etdirilməsi.
Dünya təcrübəsinin də göstərdiyi kimi, yerli özünüidarə institutuna xas olan və qeyd etdiklərimizin də daxil olduğu potensialı reallaşdırmaq məskunlaşmanın ilk vaxtlarında mümkün olmayacaq. Üstəlik, ərazilərin inkişafı üzrə məsuliyyətin yerli səviyyəyə keçməsi (özünüidarəetmə institutunun tətbiqi) ilə ərazilərin bütün sosial-iqtisadi problemlərinin kəskinləşməsi baş verə bilər.
Respublikanın ərazilərinin sosial-iqtisadi inkişafında yerli özünüidarəetmə orqanlarının mühüm rol oynamasına baxmayaraq, ona xas olan potensialı hələ də reallaşdırmaq mümkün olmayıb. Buna bir sıra həll olunmamış problemlər mane olur. Hakimiyyət, əhali və biznes arasında qarşılıqlı əlaqənin səviyyəsini artırmaqla vəziyyəti dəyişmək mümkündür. Onların birgə işi

ərazilərin hərtərəfli inkişafına, daha səmərəli sosial-iqtisadi siyasətin formalaşdırılmasına töhfə verəcək, iqtisadiyyatın bir çox mühüm sahələrində göstəricilərin artımına mane olan amillərin rolunu minimuma endirəcək və nəticədə iqtisadi artıma gətirib çıxaracaq, yerli özünüidarənin əsas məqsədinə - əhalinin həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına nail olmaq mümkün olacaq.

Effektiv və balanslaşdırılmış yerli özünüidarənin təşkili Azərbaycanın regional sistemi şəraitində sosial-iqtisadi inkişafda ən mühüm rol oynayır. Müasir Azərbaycanda baş verən sosial-iqtisadi dəyişikliklər iqtisadi islahatların mərkəzinin bölgələrə keçməsinə səbəb oldu. İqtisadi transformasiya regionun mürəkkəb sosial-iqtisadi təşkilat kimi fəaliyyətinin bir çox aspektlərinə təsir göstərmişdir. Eyni zamanda, rayonun əsas struktur vahidi yerli icmanın maraqlarından çıxış edən yerli özünüidarəetmə orqanları tərəfindən təmsil olunan bələdiyyədir. Azərbaycan formalaşmasının indiki mərhələsində yerli özünüidarə vətəndaşların özünütəşkilat formasıdır. Eyni şəkildə yerli özünüidarəetmə dövlət hakimiyyəti səviyyəsindən əlavə, təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi kimi həm də bazar iqtisadi sisteminin elementidir, sakinlərə xidmət göstərmək baxımından yerli əhalinin imkan və ehtiyaclarını konkretləşdirir və əlaqələndirir (Mammadli V.A., 2016: s. 125).

Bələdiyyələrin səmərəli fəaliyyəti və regionun sosial-iqtisadi inkişafında oynadıqları rol bilavasitə onların idarəetmə fəaliyyəti ilə əlaqədardır. İdarəetmə fəaliyyəti nöqteyi-nəzərindən bələdiyyənin fəaliyyəti yerli özünüidarəetmənin əsas prinsiplərini xarakterizə edən aşağıdakı müddəalardan irəli gəlir:

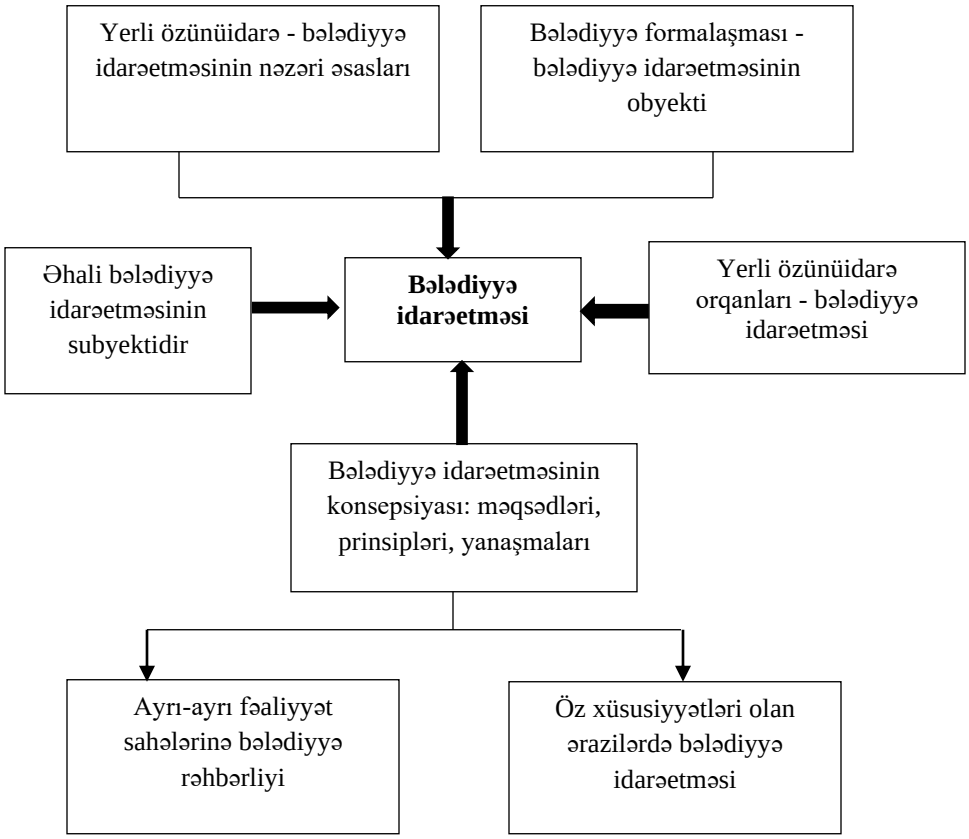
- bələdiyyə idarəetmə sistemində: idarəetmə obyektləri yerli ərazi və orada gedən sosial-iqtisadi proseslərdir;
- bələdiyyə idarəetmə sistemində idarəetmənin iki subyekti var: bələdiyyənin əhalisi (yerli icma) və yerli icma adından çıxış edən yerli özünüidarəetmə orqanları. Sxematik olaraq bələdiyyə idarəetmə sistemi sxem 2-də göstərilmişdir.

Bələdiyyələrin səlahiyyətləri müvafiq ərazilərin siyasi, iqtisadi, sosial, ekoloji inkişafına cavabdehdir. Eyni zamanda, bələdiyyələr sosial və iqtisadi inkişaf üçün nisbətən aşağı potensiala malikdirlər və Azərbaycan Respublikasının təsis qurumlarından müəyyən asılılıqdadırlar. Bələdiyyələr idarəetmənin obyekti və subyektini "bir şəxsdə" birləşdirir: yaşayış təminatı məsələləri üzrə ərazinin sakinləri ilə birbaşa əlaqə mövcuddur.

Bu gün hər bir yerli sakinin həyatı ilə bilavasitə bağlı olan hakimiyyət və idarəetmə funksiyalarını, o cümlədən ictimai funksiyanı yerinə yetirən bələdiyyə idarəetməsi sakinlərin rifahının təmin edilməsində və əhalinin sosial təminatında əsas həlqəyə çevrilir. Bundan əlavə, iqtisadi artım templərinin artmasına, onların davamlılığının təmin edilməsinə, ərazilərin, regionların və bütövlükdə ölkənin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına töhfə verən institutların formalaşdırılması vəzifəsi ona həvalə olunub. Deməli, regionların və dövlətin bu günü və gələcəyi bilavasitə yerli özünüidarənin effektivliyindən asılıdır. Bir çox böhran hadisələrini inkar etməyə və ölkənin inkişafına təkan verməyə qadir olan potensial bələdiyyə idarəçiliyinin dərinliklərindədir (Kareva A.V., 2015: s. 126).

Sxem 2: Bələdiyyə idarəetmə sistemi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023


Yerli özünüidarə - bələdiyyə idarəetməsinin nəzəri əsasları
Bələdiyyə formalaşması - bələdiyyə idarəetməsinin obyekti
Əhali bələdiyyə idarəetməsinin subyektidir
Bələdiyyə idarəetməsi
Yerli özünüidarə orqanları - bələdiyyə idarəetməsi
Bələdiyyə idarəetməsinin konsepsiyası: məqsədləri, prinsipləri, yanaşmaları
Ayrı-ayrı fəaliyyət sahələrinə bələdiyyə rəhbərliyi
Öz xüsusiyyətləri olan ərazilərdə bələdiyyə idarəetməsi

Mənbə: Tarkovskiy V.V., 2018: s. 127

Bələdiyyənin qarşısında duran vəzifələrin həlli, o cümlədən onun regional sosial-iqtisadi inkişaf sistemindəki rolunu xarakterizə etmək bələdiyyələrin fəaliyyəti çərçivəsində həyata keçirilir. Onun predmeti mütəxəssislər tərəfindən "bələdiyyə ərazisində həyatın yaxşılaşdırılması (geniş mənada insanların rifahı üçün bir cihaz kimi) və əhaliyə müxtəlif bələdiyyə xidmətlərinin göstərilməsinin təşkili" kimi müəyyən edilir. Bu fəaliyyət çoxşaxəli və genişdir, ona görə də onun ayrı-ayrı sahələrindən danışmaq olar: ictimai asayiş, su təchizatı, məktəb təhsili və s. (Burov M.P., 2017: s. 117). Bələdiyyələr səviyyəsində sosial-iqtisadi proseslərin inkişafının, normativ hüquqi tənzimləmənin təhlili göstərir ki, cari dövr davamlı inkişaf konsepsiyasının düzgün həyata keçirilməsi üçün ərazi inkişafı və qərarların qəbulunun daha böyük tarazlığını tələb edir. Davamlı inkişafın əsas məqsədi - yerli icmalardan gələn və dövlət orqanları tərəfindən inkişaf etdirilən səylər vasitəsilə sabit iqtisadiyyata, sosial ədalətə və ekoloji davamlılığa nail olmaq - Avropa Şəhərlərinin Davamlı İnkişafı Xartiyası ilə müəyyən edilmişdir.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə bələdiyyələrin təşkili və seçkilərin keçirilməsi soydaşlarımızın indiyə qədər işğal nəticəsində həmin ərazilərdə yaşaya bilmədikləri üçün mümkün olmayıb. Bələdiyyələrin respublikamızın bu ərazilərində davamlı inkişafı məqsədlərinə nail olunması və yerli əhəmiyyətli problemlərin həlli üçün ən mühüm şərtlərdən biri bələdiyyə orqanlarının öz tabeliyində olan ərazinin məkan xüsusiyyətlərindən, o cümlədən həm təbii mühitindən, həm də yaradılmış istehsaldan səmərəli istifadə etmək bacarığından asılı olacaqdır.

Azad olunmuş ərazilərdə bələdiyyələr yaradıldıqda ilkin dövrdə bu qurumlar üçün büdcə gəlirlərini formalaşdırmaq mümkünsüz olacaq. Çünki yaşayışın yenicə başladığı və əhalinin tam oturuşmadığı bir dövrdə onların yerli vergi ödəməyə cəlb edilməsi real görünmür. Həmin ərazilərdə torpaq islahatı aparılmadığından bələdiyyə mülkiyyətində olan torpaq və əmlaklar da hələ ki müəyyənləşməyib. Belə vəziyyətdə bələdiyyə torpaq və əmlakının satılması, icarəyə və istifadəyə verilməsi mümkün deyil. Eyni zamanda bələdiyyə mülkiyyətinin məlum olmaması həmin mülkiyyəti təmsil edən torpaq və əmlak üzərində olan reklam daşıyıcıları, ticarət, ictimai iaşə və digər xidmətlərə görə ödənişləri, avtomobil dayanacaqları və parklanma üzrə vəsaitləri də büdcəyə cəlb etməyi mümkünsüz edir.

Bütün mənbələrin işləmədiyi bir vəziyyətdə yerli büdcə gəlirlərinin əsas donoru qismində yalnız dövlət büdcəsindən verilən dotasiya və subvensiyalar çıxış edəcək. Dövlət azad olunmuş ərazilərdə formalaşan bələdiyyələrin fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün maliyyə yardımlarını artırmalıdır. Belə vəziyyətdə maliyyə yardımı digər bələdiyyələrdə olduğu kimi büdcə gəlirlərinin 1/6-ni yox, 100%-ni təmin etməlidir. Bunun üçün dövlət büdcəsində yeni bələdiyyələrə ayrılacaq dotasiya və subvensiyaların həcmi ən azı 10 milyon manat olmalıdır. Son illər dövlət büdcəsindən ölkənin bütün bələdiyyələrinə ayrılan maliyyə yardımının illik həcmi isə 5 milyon manatdan bir qədər çoxdur (https://bakuresearchinstitute.org/how-should-self-government-be-established-in-the-liberated-territories-2/).

Ərazi və onun üzərində yerləşən əmlak kompleksinin obyektləri idarəetmə sahəsində regional və bələdiyyə orqanlarının fərqləndirilməsi və qarşılıqlı fəaliyyətinin həyata keçirildiyi əsas elementlərdir. Bölünmüş səlahiyyətlərin olması nəinki sözügedən hakimiyyət orqanları arasında qarşılıqlı fəaliyyətin zəruriliyini istisna etmir, həm də onların səmərəli əməkdaşlığını nəzərdə tutur, çünki yerli özünüidarəetmə orqanları tərəfindən bir çox öhdəliklərin yerinə yetirilməsi üçün maliyyə və maddi dəstək bir qayda olaraq daha yüksək səviyyədə olmalıdır (https://news.milli.az/politics/901103.html).

Eyni zamanda, yerli özünüidarənin davamlı inkişafı fonunda bələdiyyələrin gəlir əldə etmək və ondan istifadə etmək imkanlarının məhdud olmasından irəli gələn problemli məsələlərin həlli yolları axtarılmalıdır. Bu problemin həlli, məsələn, torpaq mülkiyyət kompleksinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi və bələdiyyə büdcəsinə torpaq ödənişlərinin daxilolmalarının artırılması nəticəsində bələdiyyələrin öz gəlirlərinin artırılması ola bilər. Bu, bələdiyyə mülkiyyətindən səmərəli istifadə sahəsində tədqiqatların daha da aparılmasını, onun mahiyyətinin düzgün dərk edilməsini və bələdiyyənin torpaq-əmlak kompleksinin strukturunda yerini müəyyən etməyi tələb edir (Tarkovskiy V.V., 2018: s. 129).

Yerli özünüidarəetmə mexanizmi regionun sosial-iqtisadi inkişafına və yerli icmanın həyat keyfiyyətinin səviyyəsinə təsir edən proseslərə birbaşa təsir göstərir. Yerli əmtəə istehsalının inkişafı, iqtisadiyyatın prioritet sahələrində idxal olunan məhsullarla rəqabət apara bilən innovativ metodların işlənib hazırlanması ilə əhalinin həyat keyfiyyətini yüksəltmək mümkündür. Həmçinin iqtisadiyyatın inkişafı, əhalinin gəlirlərinin artırılması, cəmiyyətdə sosial sabitliyin və səmərəli məşğulluğun təmin edilməsi üçün yeni iş yerlərinin yaradılması məqsədilə regional investisiya cəlbediciliyinin formalaşdırılması zəruridir. Dövlət, biznes strukturları və cəmiyyət arasında sıx, qarşılıqlı şərtləndirici əlaqələr qurmaq, həmçinin rəqəmsal iqtisadiyyata keçid üçün şərait yaratmaq lazımdır. Qeyd edək ki, dövlət, biznes və əhali arasında münasibətlər mümkün qədər sadələşdirilməli və açıq olmalıdır. İnformasiya texnologiyalarından geniş istifadə idarəetmə prosesini daha rahat edəcək və idarəetmə prosedurlarının həyata keçirilməsi xərclərini azaldacaq. Gənclərin potensialının inkişafına regional səviyyədə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Regional kadr

potensialının formalaşdırılması və inkişafı üçün konkret regionun sosial ehtiyaclarına cavab verən yüksək keyfiyyətli və səmərəli kadr hazırlığı, yenidənhazırlanma və ixtisasartırma sistemi qurmaq lazımdır. Əxlaqi və mənəvi tərbiyəyə, ailə dəyərlərinə və sağlam həyat tərzinə sadiqliyin bərpasına, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsinə, yaradıcı və elmi potensialın inkişafına motivasiyaya ayrıca və xüsusi diqqət yetirilməlidir. Yeni nəsildə cəmiyyətə və dövlətə hörmət hissinin formalaşması özünüidarəetmənin və könüllülük hərəkatının inkişafına töhfə verəcək.

Regionun inkişafında yerli özünüidarəetmə orqanlarının daha səmərəli fəaliyyətinə əlavə stimul verəcək mexanizmlər işləyib hazırlamaqla həm ayrı-ayrı icmaların əhalisinin, həm də bütövlükdə ölkə əhalisinin həyat keyfiyyətini yaxşılaşdıracaqdır. Yerli özünüidarənin ümumi prinsiplərinin həyata keçirilməsi və yerlərdə dövlət orqanlarının tapşırıqlarından vəzifələrin fərdi səlahiyyətlərin verilməsi yolu ilə səriştəli şəkildə ayrılması rayonun sosial-iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərəcəkdir (Mammadli V.A., 2016: s. 125).

Digər ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanın maliyyə və büdcə sistemi, bütövlükdə, onun inzibati-ərazi quruluşunun törəməsidir. Lakin islahatlar illərində baş vermiş dəyişikliklərə görə (xüsusən də bələdiyyələrin çıxdığı yerli özünüidarəetmə sahəsində) o, xüsusi spesifikliyi ilə xarakterizə olunur. Azərbaycan Respublikasının əksər subyektlərində maliyyə və büdcə sisteminin mərkəzsizləşdirilməsi prosesində keçmiş regional, respublika, rayon əhəmiyyətli şəhərlər və inzibati rayonlar səviyyəsində bələdiyyələr yaradıldı.

Qeyd edək ki, bələdiyyənin ölçüsü yerli özünüidarəetmə orqanlarının siyasi və iqtisadi səlahiyyətlərini və onların bələdiyyə fəaliyyəti zamanı bu səlahiyyətləri həyata keçirmək imkanlarını daha çox müəyyən edir. Bələdiyyə nə qədər kiçik olsa, yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyəti vətəndaşların iradəsinə bir o qədər uyğun gələ bilər. Amma bələdiyyənin kiçik olması, bir qayda olaraq, həm də maliyyə-iqtisadi potensialın aşağı olması deməkdir (Mishina S.V., 2011: s. 25).

Digər tərəfdən, bələdiyyələrin həddən artıq böyük olması onların fəaliyyətinin səmərəliliyinin əhəmiyyətli dərəcədə azalmasına səbəb olur. Dünya praktikasında belə hesab olunur ki, əhalisi 5 minə qədər olan bələdiyyənin idarə olunması iqtisadi və inzibati xarakterli çətinliklərlə əlaqələndirilir, çünki bu qurumlar öz səlahiyyətləri ilə əlaqəli bütün funksiyaları müstəqil və lazımi səviyyədə yerinə yetirə bilmirlər. Bununla belə, bəzi regionlarda əhalinin aşağı sıxlığı digər variantları istisna edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, yerli özünüidarə təşkilatının məskunlaşma modelinin tətbiqi ilə əlaqədar rayon ərazisinin parçalanması idarəetmə xərclərinin artmasına, bələdiyyələrin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyələrində differensasiyanın artmasına və onların vergi potensialının aşağı düşməsinə səbəb olur. Eyni zamanda, ikipilləli sistemin çatışmazlıqlarını etiraf etməklə yanaşı, ekspertlərin əksəriyyəti bu sistemin üstünlüklərinin onun mənfi cəhətlərindən daha çox olduğunu iddia edirlər. Bundan əlavə, fikrimizcə, bu model ilk növbədə Azərbaycanın işğaldan azad olunan əraziləri üçün xarakterik olan aşağıdakı şərtlərə cavab verir:

- nisbətən yeni məskunlaşma əraziləri;
- əhalinin aşağı sıxlığı;
- iqtisadiyyatın və sosial sferanın ayrı-ayrı "nöqtələrdə" (qəsəbələrdə) əhəmiyyətli dərəcədə cəmləşməsi;
- çatışmazlıq, rabitənin zəifliyi (yollar, nəqliyyat və s.).

Bir sözlə, belə bir şəraitdə iki səviyyəli model bir tərəfdən hakimiyyəti əhaliyə yaxınlaşdırmağa, digər tərəfdən isə resursların zəruri konsentrasiyasını təmin etməyə imkan verir. Bu birləşmə kifayət qədər əhəmiyyətli funksiyalar toplusunun yerli səviyyəyə keçməsinə şərait yaradır, onun sosial əhəmiyyətini artırır. Bələdiyyələrin məcburi şəkildə genişləndirilməsi, prinsipcə, xaricdə də

daxil olmaqla, aparılan bələdiyyə islahatlarına uyğundur. Bu islahatlardan təsirlənən Qərbi Avropa ölkələrində bələdiyyələrin 5%-dən azının əhalisi 1000 nəfərdən azdır.

Eyni zamanda, ümumi mənzərənin konkretləşdirilməsi bələdiyyədəki minimum əhalinin sayına müxtəlif yanaşmaları və bələdiyyə idarəetmə sistemində kiçik bələdiyyələrin əhəmiyyətini göstərir. Eyni zamanda, belə hesab edilir ki, bələdiyyələrin daha kiçik olması yerli demokratiya və özünüidarəetmə dəyərlərinin daha çox üstünlük təşkil etdiyi ölkələr üçün xarakterikdir, böyük bələdiyyələr isə bələdiyyə xidmətlərinin göstərilməsinin səmərəliliyinə daha çox diqqət yetirməklə əlaqələndirilir. Qərb ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, bələdiyyələrin ərazi-təşkilati parçalanması bu problemlərin həlli üçün kifayət qədər sabit maliyyə bazası əsasında bələdiyyə xidmətlərini səmərəli idarə etmək və təmin etmək imkanları baxımından kifayət qədər problemlər yaradır. Xüsusi problem iki səviyyəli modeldə funksiyaların paylanmasıdır. Beynəlxalq təcrübə bu problemin həlli üçün iki prinsipial fərqli yanaşma bilir. Bu yanaşmalardan birinə uyğun olaraq, bələdiyyə idarəetməsinin iki səviyyəsi arasında ciddi funksiya bölgüsü qurulur. Eyni zamanda, bölüşdürmə meyarları ilk növbədə texnokratikdir, maksimum miqyas qənaətinə nail olmaq və yayılma təsirlərini neytrallaşdırmaq məqsədi daşıyır (http://belediyye.info/new/details/yerli-budce-belediyye-maliyyesinin-iqtisadi-esasidir--4704.htm).

Qeyd edək ki, fikir ayrılığına baxmayaraq, demək olar ki, bütün tədqiqatçılar yerli büdcələrin subsidiyalaşdırılması probleminin həllini özlərinin vergi daxilolmalarının artması ilə əlaqələndirirlər. Hal-hazırda yerli büdcə gəlirlərinin formalaşması yerli vergilərin və ödənişlərin bələdiyyələrin büdcələrinə köçürülməsi yolu ilə həyata keçirilir (Azərbaycan Respublikasının vergilər və rüsumlar haqqında qanunvericiliyinə uyğun olaraq yerli özünüidarəetmə orqanlarının qərarları ilə müəyyən edilmiş dərəcələrlə, habelə tutulma standartlarına uyğun olaraq).

Yerli büdcələrin müstəqillik dərəcəsi, yerli özünüidarəetmə orqanlarının öz maliyyə vəsaitlərinin adekvatlığı təhlil edilərkən yerli və xarici maliyyə praktikasında büdcə tənzimləməsi (tənzimləyici) qaydasında qanuni olaraq müəyyən edilmiş (özünün) və dövlətdən alınan gəlirlərin təsnifatı geniş istifadə olunur. Beləliklə, Avropa Yerli Özünüidarəetmə Xartiyası yerli özünüidarə orqanlarının maliyyə resurslarının strukturunun mühüm xarakteristikaları kimi "öz" və "köçürülmüş" resurslar anlayışlarını ayırır (Mishina S.V., 2011: s. 26).

Yerli büdcənin müstəqilliyi o zaman təmin edilə bilər ki, müvafiq orqanın kifayət qədər öz maliyyə vəsaiti mənbələri olsun və onlara həyata keçirilən funksiyalara uyğun olaraq sərbəst sərəncam vermək hüququ olsun, büdcə vəsaitlərinin səmərəli istifadəsi üçün qanunla müəyyən edilmiş qaydada tam məsuliyyət daşısın. Bu prinsip yalnız hər səviyyədə hakimiyyət orqanları arasında gəlir mənbələrinin müəyyənləşdirilməsi mexanizminin fəaliyyət göstərdiyi şəraitdə tam şəkildə həyata keçirilə bilər ki, bu mexanizmdə istənilən hökumət səviyyəsində gəlirlərin maliyyələşdirilən xərclərə uyğunluğu təmin edilir.

Hazırda Azərbaycan Respublikasının büdcə sisteminin bələdiyyə səviyyəsinin müstəqilliyi büdcə hüquqlarının əsaslandırılmasına qədər azaldılır, lakin ərazilərin özünü təmin etmək, iqtisadi potensialın özünü inkişaf etdirmə qabiliyyəti qiymətləndirilmir. Büdcədə islahatların aparılması yollarını seçərkən nəzərə almaq lazımdır ki, bələdiyyələr üçün əsas problem yerli büdcələrin minimum zəruri xərclərini ödəmək üçün öz vergitutma bazasının kifayət qədər olmamasıdır. Dövlət və regional vergi və rüsumların yerli büdcələrə təyin edilməsi yerli büdcələr üçün kifayət qədər muxtariyyətin təmin edilməsi zərurətindən irəli gəlməlidir. Bu o deməkdir ki, təkcə ayırmalar üçün standartların müəyyən edilməsi prinsipini (müvəqqəti deyil, daimi əsaslarla) dəyişdirmək deyil, həm də gəlir və məxaric səlahiyyətlərinin aydın şəkildə müəyyənləşdirilməsi üçün vergi daxilolmalarının büdcə sisteminin səviyyələri arasında bölüşdürülməsi

metodologiyasına yenidən baxmaq lazımdır. Vergi daxilolmalarının büdcə şaquli səviyyələri üzrə bölgüsünün mövcud nisbətləri yerli büdcələrin minimum zəruri xərclərini ödəməyə imkan vermir. Odur ki, vergi mənbələrinin yerli büdcələrə aid edilməsi o halda məqsədəuyğundur ki, bu mənbələr yerli büdcələrin formalaşmasını ən azı minimum səviyyədə təmin edə bilsin (Mammadli V.A., 2016: s. 133).

Nəticə

Azərbaycanın maliyyə və büdcə sistemi, bütövlükdə, onun inzibati-ərazi quruluşunun törəməsidir. Lakin islahatlar illərində baş vermiş dəyişikliklərə görə (xüsusən də bələdiyyələrin çıxdığı yerli özünüidarəetmə sahəsində) o, xüsusi spesifikliyi ilə xarakterizə olunur. Azərbaycan Respublikasının əksər subyektlərində maliyyə və büdcə sisteminin mərkəzsizləşdirilməsi prosesində keçmiş regional, respublika, rayon əhəmiyyətli şəhərlər və inzibati rayonlar səviyyəsində bələdiyyələr yaradıldı.

Bələdiyyələr bu gün respublikamızın ayrı-ayrı regionlarında olduğu kimi işğaldan azad olunmuş ərazilərində də davamlı inkişaf məqsədlərinə nail olmaq naminə yerli sakinlərin təhlükəsizlik, sağlamlıq, mənzil, müvafiq maddi rifah səviyyəsi, ətraf mühitin lazımi vəziyyəti, təhsil almaq imkanı ilə bağlı problemlərin həlli ilə yanaşı, mədəni və istirahət ehtiyacları, informasiya əldə etmək, hərəkət imkanları, həmçinin bir çox konkret problemlərin aradan qaldırılmasını təmin edir. Müxtəlif ölçülü bir çox müəssisələrdə iqtisadi vəziyyətin qeyri-sabitliyi bələdiyyə ərazisində bütün sosial-iqtisadi proseslərin qeyri-sabitliyinə gətirib çıxarır və əhalinin əksəriyyətinə təsir edir. Əvvəllər bu problem dövlət planlaşdırması və dövlət dəstəyi ilə həll edilirdi. Çoxsaylı xarici amillərdən asılı olaraq ifadə olunan müasir bazar şəraiti regional inkişafın ümumi strukturunda mürəkkəb sosial-iqtisadi sistemlər kimi bələdiyyələrin inkişafının yeni perspektivlərinin elmi şəkildə dərk edilməsini, əlverişli mühiti saxlamaqla davamlı və tarazlı iqtisadi inkişaf yollarının tapılmasını zəruri edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Mammadli V.A. “Fiziki shexslerden amlak vergisinin təkmilleshdirilmesi hesabına yerli ozunuidaraetmenin maliyye teminatının yaxshılashdırılması”. Vergi jurnalı. Bakı, 2016
2. Mammadli V.A. “Azerbaycanda yerli ozunuidaraetmenin maliye-iqtisadi asasları”. ADAU-nun Elmi Eserleri. Gence, 2016.
3. Kareva A.V. «Monoprofilniye munitsipalniye obrazovaniya v sisteme obespecheniya ustoychivogo razvitiya regionov». Moskva, 2015
4. Burov M.P. "K voprosu o modelogii formirovaniya strategii razvitiya natsionalnoy ekonomiki" / M.P. Burov, V.S. Gorbunov // Ekonomika i predprinimatelstvo, Moskva, 2017
5. Tarkovskiy V.V. «O roli mestnogo samoupravleniya v sisteme regionalnogo sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya», Mjdunarodniy jurnal prikladnix nauk i tekhnologiy «Integral», Moskva, 2018
6. Uskova T.V. «Problemi funktsionirovaniya i napravleniya razvitiya instituta mestnogo samoupravleniya» [Tekst] / T.V. Uskova, Ye.A. Gutnikova // Federalizm. Moskva, 2012
7. Mishina S.V. Printsipi organizatsii munitsipalnix finansov v Rossii na sovremennom etape, M.: Ekonomist, Moskva, 2011

8. Gutnikova Ye.A. Rol Instituta Mestnogo Samoupravleniya v sotsialno-ekonomicheskom razvitii territoriy, Moskva, 2012
9. https://stat.gov.az/source/finance/
10. http://belediyye.info/new/details/yerli-budce-belediyye-maliyyesinin-iqtisadi-esasidir--4704.htm
11. https://news.milli.az/politics/901103.html
12. https://bakuresearchinstitute.org/how-should-self-government-be-established-in-the-liberated-territories-2/

ОЦЕНКА РОЛИ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИЙ, ОСВОБОЖДЕННЫХ ОТ ОККУПАЦИИ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Байрамали Гурбанов[1], Эльчин Салманов[2]
[1]Доктор философии по экономике, доцент
[2]Магистрант.
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский государственный экономический университет

РЕЗЮМЕ

Восстановление, заселение и обеспечение интеграции освобожденных от оккупации территорий в национальное хозяйство-одна из главных задач, стоящих в настоящее время перед страной. Это требует полной реконструкции производственной, социальной, социокультурной и управленческой инфраструктуры на этих территориях, создания рабочих мест для занятости населения, которое будет заселяться. Несмотря на то, что органы местного самоуправления играют важную роль в социально-экономическом развитии территорий республики, реализовать заложенный в ней потенциал до сих пор не удалось. Этому мешает ряд нерешенных проблем. Изменить ситуацию можно за счет повышения уровня взаимодействия власти, населения и бизнеса. Их совместная работа будет способствовать всестороннему развитию территорий, формированию более эффективной социально-экономической политики, сведет к минимуму роль факторов, препятствующих росту показателей во многих важных отраслях экономики, что в конечном итоге приведет к экономическому росту, удастся достичь главной цели местного самоуправления - улучшения качества жизни населения. Одной из важных работ, которая будет проводиться на освобожденных от оккупации территориях Азербайджана, является создание муниципалитетов и проведение муниципальных выборов. Создание муниципалитетов с точки зрения организации оптимального управления на этих территориях нашей республики, поощрения возможности участия граждан, переезжающих на эти территории, в местной общественной жизни, является необходимым шагом и неотъемлемой частью государственного строительства. Вопросы организации самоуправления на местах, как мы знаем, регулируются законом, а механизм этого определяется также законом О территориях и землях муниципальных образований.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Согласно закону, для создания муниципальных образований в первую очередь необходимо определить и зарегистрировать административно-территориальные образования, населенные пункты и т. д. На освобожденных от оккупации территориях. работа должна быть сделана.
Статья посвящена анализу вопросов организации муниципалитетов на освобожденных от оккупации территориях Азербайджанской Республики, их финансового обеспечения. В исследовании оценивается роль муниципалитетов в социально-экономическом развитии освобожденных от оккупации территорий в нашей стране, а также привлекаются к исследованию особенности организации муниципальных финансов в этих территориях.
Ключевые слова: муниципальное образование, социально-экономическое развитие, освобождаемые территории, экономическое развитие.

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-41

E-ISSN: 2674-5224
55-69 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF PROTECTING THE INTERNAL MARKET IN THE DIGITAL ECONOMY IN THE GLOBALIZATION ZONE

Zakir Mirzayev[1], Eldar Salmanov[2]
[1] Doctor of Philosophy in Economics, associate professor
[2] Master student, eldarsalmanov07@gmail.com
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences [1,2] Azerbaijan State University of Economics

ABSTRACT

In the last decade, the process of globalization of the economy has accelerated, when various markets, especially capital, technology and goods, and to some extent labor markets, are increasingly interconnected and integrated into a multi-level TNC network. These associations are highly effective and well-organized, constantly striving to create new relationships in manufacturing, product development, design, and marketing. TNCs are constantly focused on expansion, rushing into new markets, defending the single liberal rules of the business game, and also playing an important role in the globalization of markets by expanding the information infrastructure that speeds up operations and reduces their costs. Such structural changes strengthen the position of such companies, increase their profits and productivity, which allows them to open up production, choose sources of raw materials, and quickly adapt to changing conditions. Almost all large enterprises have a network of subsidiaries or strategic alliances that give them the necessary influence and, most importantly, flexibility in the market. Such transnational corporations currently carry out one third of world trade. In particular, the fact that countries with a highly developed economy have great economic and, in many cases, political advantages over other developing countries allows them to use globalization more skillfully. In the conditions of globalization, such countries, which produce better quality products and services to the world market, have superior competition and squeeze other countries in many areas. Thus, they penetrate local markets by using their superior competitiveness through TMK, and exclude national production from the game in the domestic market. Thus, globalization does not make countries economically dependent on each other at the same level, some countries become more dependent in this process. That is why the pose of globalization once again instills the importance of the internal market and the need to protect it.

The internal market is an area of prosperity and freedom that provides access to goods, services, jobs, business opportunities and cultural richness. The state is one of the complex factors that affect the efficiency of local enterprises and, indirectly, the normal functioning of the domestic market. Such influence is manifested through administrative and economic methods of regulation of all areas of enterprise development. Administrative methods include the development and implementation of legislative acts that contribute to the development of market relations, state control over compliance with mandatory certification rules, requirements for the application of state standards, etc. includes.

The necessity of internal market protection measures indicates the presence of domestic production of relevant products and services. In this case, the internal market protection mechanisms of the state come to the fore, and here, first of all, the regulation of the development of the national economy becomes the main priority.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

The emergence of the simplest form of the internal market belongs to the earliest stage of the development of the commodity economy based on the division of labor, where everything intended for sale is sold by the producer from hand to hand to the buyer. The producer of the goods is also its seller, and the buyer is the final consumer, who immediately buys and pays for the goods. The development of production and commodity-money relations stimulated the expansion of internal markets and helped to form national markets. This was accompanied by the processes of specialization of domestic markets, where retail markets were separated from wholesale markets, and commodity markets were separated from production factor markets. The main difference between the national market and the domestic market is that there is a segment on it aimed at foreign buyers, that is, there is a foreign market.

Today, the government of Azerbaijan is well aware that in order to protect the domestic market, it is necessary to direct local raw materials to production. In order to protect the domestic production market, first of all, artificial price increase in products should be prevented. Obviously, this can be achieved by making maximum use of internal potential and raw materials. For this purpose, we should direct local raw materials to production rather than sales. Production of goods with local raw materials should be ensured. The main goal of President Ilham Aliyev's economic strategy is the diversification of the country's economy and the complete elimination of the economy's dependence on the oil factor. For this, industry, agriculture and tourism should be developed. In addition to the above, reducing the country's dependence on imports, strengthening the export potential, and producing competitive goods should also be an important factor. In the economy of Azerbaijan, the large specific weight of the oil sector still leads to the predominance of oil and oil products in export products. Increasing the production of competitive export products should be one of the most important steps to transform our country from an exporter of raw materials to an exporter of finished products and bring foreign currency to the country.

The article is devoted to the analysis of the protection of the internal market in the conditions of digitalization of the national economy. In the study, the issue of the need to protect the internal market in the context of globalization was clarified, the state control mechanisms of the protection of the internal market in the digital economy were studied.

Keywords: global conditions, internal market, digital technology, anti-dumping measures, compensation.

QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA DAXİLİ BAZARIN QORUNMASININ VACİBLİYİ MƏSƏLƏSİNİN TƏHLİLİ

Zakir Mirzəyev[1], Eldar Salmanov[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası
[1] İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, eldarsalmanov07@gmail.com

XÜLASƏ

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Son onillikdə müxtəlif bazarların, xüsusən də kapitalın, texnologiyanın və əmtəələrin, müəyyən dərəcədə əmək bazarlarının getdikcə daha çox qarşılıqlı əlaqədə olması və çoxsəviyyəli TMK şəbəkəsinə inteqrasiyası zamanı iqtisadiyyatın qloballaşması prosesi sürətlənib. Bu birləşmələr çox təsirli və yaxşı təşkil olunmuş, daim istehsal, məhsulun inkişafı, dizayn və marketinqdə yeni əlaqələr yaratmağa çalışırlar. TMK-lar daim genişlənməyə diqqət yetirir, yeni bazarlara tələsir, biznes oyununun vahid liberal qaydalarını müdafiə edir, həmçinin əməliyyatları sürətləndirən və onların xərclərini azaldan informasiya infrastrukturunu genişləndirməklə bazarların qloballaşması üçün mühüm alət rolunu oynayır. Bu qəbildən olan struktur dəyişiklikləri belə şirkətlərin mövqelərini möhkəmləndirir, mənfəətlərini və məhsuldarlığı artırır ki, bu da onlara istehsalın açılmasına, xammal mənbələrinin seçilməsinə və dəyişən şəraitə tez uyğunlaşmasına imkan verir. Demək olar ki, bütün iri müəssisələrin onlara lazımi təsiri, ən əsası isə bazarda çevikliyi təmin edən törəmə şirkətlər və ya strateji ittifaqlar şəbəkəsi var. Belə transmilli korporasiyalar hazırda dünya ticarətinin üçdə birini həyata keçirirlər. Xüsusilə yüksək inkişaf etmiş iqtisadiyyata malik ölkələrin digər inkişaf etməkdə olan ölkələr qarşısında böyük iqtisadi, bir çox hallarda həm də siyasi üstünlüklərə malik olmaları onlara qloballaşmadan daha məharətlə istifadə etməyə imkan verir. Qloballaşma şəraitində dünya bazarına daha keyfiyyətli məhsul və xidmətlər çıxaran belə ölkələr üstün rəqabətə sahib olmaqla bərabər, digər ölkələri bir çox sahələrdə sıxışdırırlar. Belə ki, TMK vasitəsiylə üstün rəqabət qabiliyyətlərindən istifadə edərək yerli bazarlara nüfuz edir, daxili bazarda milli istehsalı oyundan kənarlaşdırırlar. Beləliklə, qloballaşma ölkələri bir-birindən eyni səviyyədə iqtisadi asılılığa salmır, bəzi ölkələr bu prosesdə daha çox asılı tərəf olur. Məhz buna görə də qloballaşma posesi daxili bazarın əhəmiyyətini və onun qorunması zəruriliyini bir daha aşılayır.

Məqalə milli iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması şəraitində daxili bazarın qorunması məsələlərinin təhlilinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda qloballaşma şəritində daxili bazarın qorunmasının zəruriliyi məsələsi aydınlaşdırılmış, rəqəmsal iqtisadiyyatda daxili bazarın qorunmasının dövlət nəzarət mexanizmləri öyrənilmişdir.

Açar sözlər: qlobal şərait, daxili bazar, rəqəmsal texnologiya, antidempinq tədbirləri, kompensasiya.

Giriş

Dünya birliyi siyasi məkandır, onun getdikcə artan "sıxlığı" bilavasitə fəal inkişaf edən planetar modernləşmə prosesləri ilə bağlıdır. İnsan qruplarının dövlət və sosial-mədəni maneələri aşaraq birgə fəaliyyəti üçün real ilkin şərtlər yaradan sivilizasiyanın prinsipcə yeni çağırışları ümumbəşəri qarşılıqlı asılılığın dərinləşməsinə obyektiv töhfə verdi. Bu proseslər ənənəvi olaraq beynəlmiləlləşmə prosesləri adlanır və beynəlmiləlləşmənin tərifi onların ən ümumi xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. Empirik materialın toplanması sosial fənləri dünya inkişafındakı yeni hadisələrin və tendensiyaların problemli-nəzəri dərkinə gətirir.

Qloballaşmanın obyektiv elmi məzmununu başa düşmək ona bilavasitə yaxın olan bir qrup fenomenin ümumiliyini və fərqli cəhətlərini dərk etməkdən irəli gəlməlidir. Bu gün mövcud olan kifayət qədər çox sayda qloballaşma tərifləri arasında qloballaşmanı istehsalın və iqtisadi həyatın beynəlmiləlləşməsindən əsaslı şəkildə ayıran birini tapmaq mümkün deyil. Belə olan halda qloballaşmanın müstəqil bir hadisə olması, yoxsa biz obyektiv olaraq yeni səviyyəyə yüksəlmiş beynəlmiləlləşmə prosesinin davamı ilə məşğul olmağımız məntiqi sualdır. Qloballaşma və beynəlmiləlləşmənin xüsusiyyətlərində oxşar məqamları nəzərə alsaq, hər iki anlayışın ölkələrin

daxili həyatına xas olan bir çox proseslərin öz milli hüdudlarından kənara çıxmasını ifadə etdiyini qeyd etmək olar (Shiryayeva T.Yu., 2015: s.1-2).

Məqsəd

Məqalənin məqsədi qloballaşma şəraitində daxili bazarın qorunmasının zəruriliyi məsələsini diqqətə çatdırmaq və Rəqəmsal iqtisadiyyatda daxili bazarın qorunmasının dövlət nəzarət mexanizmlərini öyrənməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Qlobal rəqabət çoxsaylı məhsulların qiymətinin saxlanmasında əsas amildir və istehlakçılara mövcud vəsaitlərini xərcləmək imkanı verir. Qlobal iqtisadi inteqrasiya dünyamızda dönməz bir hadisə kimi bütün dünyada həyat səviyyəsini yüksəltmiş, bir çox sahələrdə inkişafı təmin etmişdir. Qloballaşmadan təcrid olmamaq şərtilə daxili bazarın qorunmaısnın zəruriliyi mövzunun araşdırılmasının aktuallığını şərtləndirir.

Metodlar

Məqalənin işlənilməsi prosesində bir neçə nəzəri və iqtisadi təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur. Nəzəri tədqiqat metodları vasitəsilə daxili bazarın strukturu, rəqəmsal iqtisadiyyatda daxili bazarın qorunmasının dövlət nəzarət mexanizmləri, Aİ-də daxili bazarın prinsipləri, ÜTT-nin dempinqlə bağlı yanaşması və s. kimi məsələlər öyrənilmişdir. Tədqiqat prosesində qrafik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş tədbiq edilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyət qiymətləndirilmiş və milli iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması şəraitində daxili bazarın qorunması məsələlərinin təhlili aparılmışdır.

Qloballaşma iqtisadi həyatın beynəlmiləlləşməsinə qarşı çıxa bilməz, çünki qloballaşma bu gün baş verən prosesin son nəticəsi deyil. Bunun özü keçid prosesidir, planet miqyasında yeni iqtisadi mühitin və iqtisadi sistemin formalaşması prosesidir. “Beynəlxalqlaşma” termini əsasən xarici bazarlarda əməliyyatların artdığı bir vəziyyətə aiddir, qloballaşma isə milli iqtisadiyyatların, o cümlədən maliyyə bazarlarının artan inteqrasiyası deməkdir ki, bu da son nəticədə vahid bazarın yaradılmasına gətirib çıxarır. Beynəlxalqlaşmanın klassik tərifi ölkələr arasında davamlı iqtisadi əlaqələrin formalaşmasıdır. Əgər beynəlmiləlləşməni xarici bazarlarda əməliyyatların sadə artımı kimi qəbul etsək, bu, müasir dünya iqtisadiyyatının daha çox kəmiyyət xarakteristikasıdır, qloballaşma isə keyfiyyət dəyişikliklərinə aiddir. Qloballaşma sərhədsiz vahid dünya bazarının yaradılması prosesidir, beynəlmiləlləşmə isə beynəlxalq bazarların hüdudlarının genişlənməsini nəzərdə tutur (Shiryayeva T.Yu., 2015: s. 2).

Bu gün beynəlmiləlləşmə prosesinin iki istiqamətdə inkişafından danışmaq olar: xarici və daxili. Xarici əmtəələrin, kapitalın, xidmətlərin və texnologiyaların, eləcə də daxili istehlak sferasında informasiyanın istifadəsinin genişləndirilməsi yolu daxildə inkişaf deməkdir. Ölkələrin dünya bazarına oriyentasiyasının üstünlüyü və firmaların ticarət, investisiya və digər əməliyyatlarda qlobal genişlənməsi müvafiq olaraq xarici xarakter daşıyır. Bu prosesin əsas nəticəsi bazarların məkan və institusional inteqrasiyası və dövlətlərin qarşılıqlı asılılığının artmasıdır.

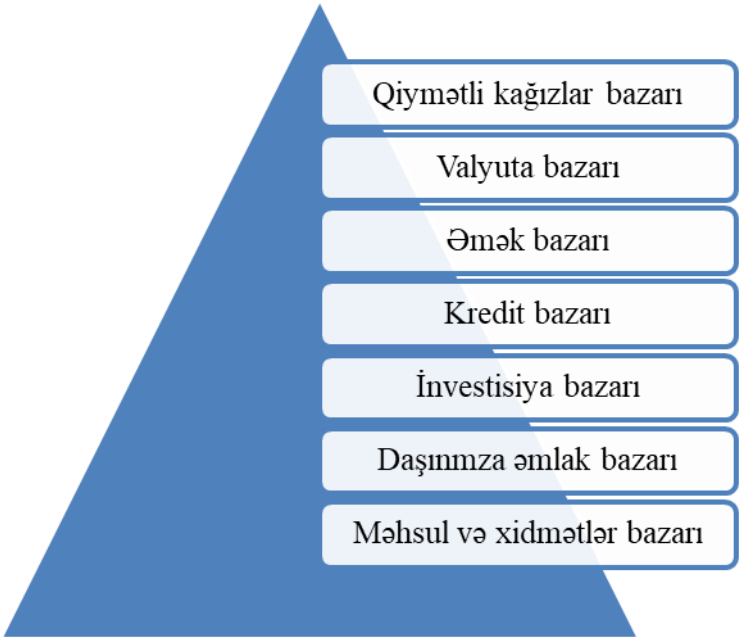
Daxili bazar müəyyən ərazi (məsələn, şəhər, rayon, ölkə, ölkələr qrupu) ilə məhdudlaşan məhsul və resurslar bazarıdır ki, burada bazar iştirakçıları (rezidentlər) bu ərazi daxilində öz aralarında iqtisadi fəaliyyət göstərirlər. Bu anlayış daha çox ölkənin daxili bazarı kimi başa düşülür. Həmçinin, bəzən milli bazarın sinonimi kimi də istifadə olunur (Ignatyeva G.V., Kurmakayeva Ye.Sh., 2019: s. 86).

Daxili bazarın ən sadə formasının yaranması əmək bölgüsünə əsaslanan əmtəə təsərrüfatının inkişafının ən erkən mərhələsinə aiddir, burada satış üçün nəzərdə tutulan hər şey istehsalçı tərəfindən əldən-ələ alıcıya satılır. Malın istehsalçısı eyni zamanda onun satıcısı, alıcı isə son istehlakçıdır, dərhal malı alır və ödəyir.

İstehsalın və əmtəə-pul münasibətlərinin inkişafı daxili bazarların genişlənməsinə təkan verdi və milli bazarların formalaşmasına kömək etdi. Bu, pərakəndə satış bazarlarının topdansatış bazarlarından, əmtəə bazarlarının istehsal amilləri bazarlarından ayrıldığı daxili bazarların ixtisaslaşması prosesləri ilə müşayiət olunurdu. Milli bazarın daxili bazardan əsas fərqi onun üzərində xarici alıcılara yönəlmiş seqmentin olması, yəni xarici bazarın olmasıdır.

Ticarət proteksionizmi olmadan bir ölkə müəyyən bir ölkədə ilk dəfə müəyyən bir məhsul yaratmış uzunmüddətli sənaye və şirkətləri itirə bilər. Bu, son nəticədə iş yerlərinin itirilməsinə, işsizliyin artmasına və ÜDM-in mümkün azalmasına səbəb ola bilər. Risk altında olan sənayelərə yüksək texnologiya şirkətləri və qida istehsalçıları daxil olduğu üçün milli təhlükəsizlik ticarət proteksionist siyasətləri üçün bir vasitə kimi istifadə olunur. Burada proteksionizmin arqumenti ondan ibarətdir ki, aerokosmik, qabaqcıl elektronika və yarımkeçiricilər kimi sənayelər milli müdafiə siyasətinin mühüm komponentləridir və xarici istehsalçılara güvənmək çox təhlükəlidir, çünki bu, müharibə zamanı ölkənin müdafiəsinə ciddi təsir göstərə bilər. Xarici rəqabətdən asılı olmayan öz vasitələrin istehsalı ilə ticarət proteksionizmi millətin varlığı üçün zəruridir (Bayeva M.A., 2016: s. 3553).

Sxem 1. Daxili bazarın strukturu



Mənbə: https://finance-credit.news/birjevaya-torgovlya-kniga/struktura-vnutrennego-ryinka-stranyi-ryinok-49219.html

İstehlakçının müdafiəsi siyasətçilərin istehlakçıları təhlükəli idxal məhsullarından qorumaq üçün istifadə etdiyi bir arqumentdir. Hüquqşünaslar, yerli istehsalçılar və bəzi rəsmilər əcnəbilərin

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

istehsal etdiyi malların istehsal və paylama zamanı məhsulun təhlükəsizlik tələblərinə cavab vermədiyini iddia edirlər. Bu, ciddi xəstəliyə, təhlükəli qidaya və hətta istehlakçının ölümünə səbəb ola bilər. Yerli istehsalçılar iddia edirlər ki, əgər onlar hökumətin verdiyi təhlükəsizlik və istehsal tələblərinə əməl edəcəklərsə, xarici istehsalçılar da bunu etməlidirlər.

Bu gün Azərbaycan hökuməti yaxşı bilir ki, daxili bazarı qorumaq üçün yerli xammalı istehsalata yönəltmək lazımdır. Daxili istehsal bazarının qorunması üçün ilk növbədə məhsullarda süni qiymət artımının qarşısı alınmalıdır. Aydındır ki, buna daxili potensialdan və xammaldan maksimal şəkildə istifadə etməklə nail olmaq mümkündür. Bu məqsədlə yerli xammalı satışa deyil, istehsalata yönəltməliyik. Yerli xammalla əmtəələrin istehsalı təmin olunmalıdır. Prezident İlham Əliyevin iqtisadi strategiyasının ən başlıca məqsədi ölkə iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və iqtisadiyyatın neft amilindən asılılığının tamamilə aradan qaldırılmasıdır. Bunun üçün isə sənaye, kənd təsərrüfatı, turizm sahəsi inkişaf etdirilməlidir. Qeyd olunalarla yanaşı, ölkənin idxaldan asılılığının azaldılması, ixrac potensialının daha da gücləndirilməsi, rəqabətqabiliyyətli malların istehsal olunması da vacib amil olmalıdır.

Qeyd edək ki, Azərbaycan iqtisadiyyatında hələ də neft sektorunun böyük xüsusi çəkisi ixrac məhsullarında neft və neft məhsullarının üstünlük təşkil etməsinə səbəb olur. Ölkəmizi xammal ixracatçısından hazır məhsul ixracatçısına çevirmək və ölkəyə xarici valyuta gətirmək üçün rəqabətqabiliyyətli ixrac məhsullarının istehsalının artırılması ən mühüm addımlardan biri olmalıdır.

Respublikamız neft və neftdən hazırlanmış məhsulların ixracı hesabına tədiyyə balansında müsbət saldonu qoruyub saxlaya bilmişdir (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikasının ixrac və idxal əməliyyatları beynəlxalq müqayisələrdə (milyard ABŞ dolları)

Ölkələr		2016	2017	2018	2019	2020
Azərbaycan						
	İxrac	13.5	15.3	19.5	19.6	13.7
	İdxal	8.5	8.8	11.5	13.7	10.7
	Saldo	5.0	6.5	8.0	5.9	3.0
Rusiya						
	İxrac	285.7	357.3	450.3	424.3	337.1
	İdxal	182.4	227.9	238.7	244.6	231.7
	Saldo	103.3	129.4	211.6	179.7	105.4
Ermənistan						
	İxrac	1.8	2.2	2.4	2.6	2.5
	İdxal	3.3	4.1	5.0	5.5	4.6
	Saldo	-1.5	-1.9	-2.6	-2.9	-2.1
Gürcüstan						
	İxrac	2.1	2.1	3.4	3.8	3.3
	İdxal	7.3	7.3	9.4	9.5	8.1
	Saldo	-5.2	-5.2	-6.0	-5.7	-4.8
Qazaxıstan						

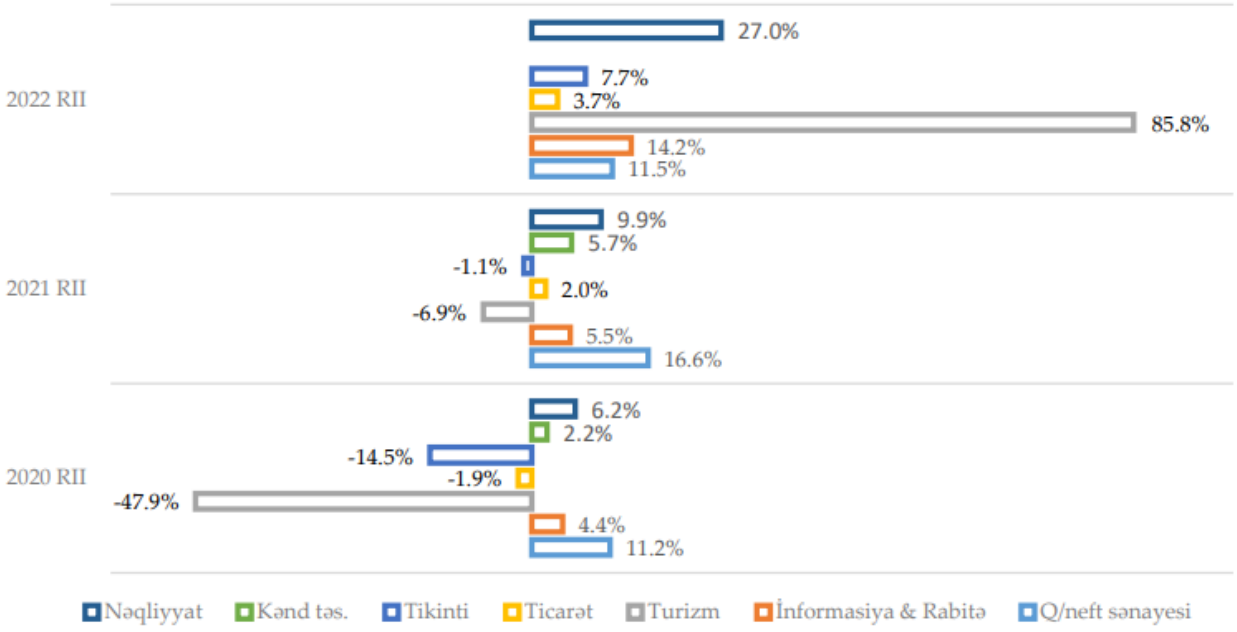
	İxrac	36.7	48.5	61.1	58.1	47.5
	İdxal	25.4	29.6	33.7	39.7	38.9
	Saldo	11.3	18.9	27.4	18.4	8.6
Qırğızıstan						
	İxrac	1.6	1.8	1.8	2.0	2.0
	İdxal	4.0	4.5	5.3	5.0	3.7
	Saldo	-2.4	-2.7	-3.5	-3.0	-1.7
Tacikistan						
	İxrac	0.9	1.2	1.1	1.2	1.4
	İdxal	3.0	2.8	3.2	3.3	3.2
	Saldo	-2.1	-1.6	-2.1	-2.1	-1.8

Mənbə: https://stat.gov.az/source/trade/

Cədvələdə verilmiş 2016-2020-ci illər ərzində yalnız 2020-ci ildə Azərbaycanın ixrac həcmi əvvəlki illə müqayisədə azalmışdır. Bunun da əsas səbəbi Covid-19 pandemiyasına görə tədbiq edilən sərt qarantin rejimi və sərhədlərin bağlanması olmşdur. Belə ki, bu ildə ixracın həcmi 13.7 milyard, idxalın həcmi 10.7 milyard, müvafiq olaraq saldo isə 3 milyard dollar təşkil etmişdir.
Qeyd edək ki, cədvəldə təhlil olunan illər üzrə Ermənistan, Gürcüstan, Tacikistan, Qırğızıstan tədiyyə balansında mənfi, Rusiya və Qazağıstan isə müsbət saldoya sahib olmuşdur. Bunun da əsas səbəbi Rusiya və Qazağıstanın ixracında Azərbaycan kimi xammal tipli neft-qaz məhsullarının üstünlük təşkil etməsidir.
Daxili bazar mallara, xidmətlərə, iş yerlərinə, biznes imkanlarına və mədəni zənginliyə çıxışı təmin edən rifah və azadlıq sahəsidir. Dövlət yerli müəssisələrin səmərəliliyinə, dolayı yolla desək, daxili bazarın normal fəaliyyətinə təsir edən kompleks amillərdən biridir. Belə təsir müəssisənin inkişafının bütün sahələrinin tənzimlənməsinin inzibati və iqtisadi üsulları vasitəsilə özünü göstərir. İnzibati üsullara bazar münasibətlərinin inkişafına kömək edən qanunvericilik aktlarının işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsi, məcburi sertifikatlaşdırma qaydalarına əməl olunmasına dövlət nəzarəti, dövlət standartlarının tətbiqinə dair tələblər və s. daxildir. Tənzimləmənin iqtisadi üsullarına aşağıdakılar daxildir: vergi, maliyyə və kredit, investisiya, gömrük siyasəti, sığorta sistemi və s. (https://www.elibrary.ru/download /elibrary_36679226_77443368.pdf).
Daxili bazarın qorunması tədbirlərinin zəruriliyi müvafiq məhsul və xidmətlər üzrə yerli istehsalın mövcudluğunu göstərir. Belə olduqda dövlətin daxili bazarı qoruma mexanizimləri ön plana keçir ki, burada da ilk öncə milli iqtisadiyyatın inkişafının tənzimlənməsi əsas prioritetə çevrilir. Daxili bazarın qorunması və yerli istehsalın təşviqi üzrə dövlət tənzimlənməsi aşağıdakı mərhələlərə bölünə bilər (https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35564):
1) daxili bazarının konyunkturasını, sənaye müəssisələrinin inkişafını və regionun fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə alan perspektivli inkişaf proqramlarını hazırlamaq üçün ayrı-ayrı ərazilərdə tətbiq olunan dövlət tənzimləmə tədbirlərinin effektivlik dərəcəsini öyrənmək;
2) sənaye xarakteristikası sisteminin göstəricilər sisteminin seçilməsi;
3) ayrı-ayrı regionlar üzrə problemli sahələrin təhlilinin etibarlı nəticələrini, habelə müvafiq məlumatların toplanması və sistemləşdirilməsini təmin edə bilən modelin işlənib hazırlanması;
4) cəmiyyətdə dəyişən iqtisadi münasibətləri nəzərə almaqla xidmət sektorunun inkişafının təhlili;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

5) sənayenin sonrakı inkişafının tənzimlənməsi metodunun seçilməsi (subsidiyalaşdırma, məqsədyönlü kompleks proqramlar, məhsulun sertifikatlaşdırılması, maliyyə-kredit siyasəti, vergitutma və s.).
6) ölkənin əsas rəqabət üstünlüklərinin müəyyənləşdirilməsi və s.
Yerli sənayesi müəssisələrinin dayanıqlı vəziyyətinin təmin edilməsi maliyyə, iqtisadi, təşkilati, hüquqi, informasiya, innovasiya, investisiya və digər amillərin tənzimlənməsinə əsaslanır.
Azərbaycanda son illərdə uğurla həyata keçirilən iqtisadiyyatın diversifikasiyası, daxili bazarın qorunması və qeyri-neft sektorunun inkişafı sayəsində hazır və rəqabətqabiliyyətli məhsulların ixracın təşviqi üzrə dövlət siyasətinin nəticəsi olaraq bir çox sektorda iqtisadi artım müşahidə olunmaqdadır.
Qrafik 1. Qeyri-neft sektoru sahələrinin iqtisadi artım tempi.



Mənbə: https://uploads.cbar.az/assets/e2f42074ed0f61779b824670c.pdf

Xidmət sektoru bütün dünyada olduğu kimi ölkəmizdə də 2020-ci ildə pandemiya səbəbindən ən çox geriləməni yaşamışdır. Bununla belə növbəti illərdə karantin rejminin yumşaldılması və sərhədlərin açılması nəqaliyyat, tikinti, ticarət və turizmin yenidən canlanmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, 2022-ci ilin 3-cü rübündə ən çox iqtisadi artım turizm (85.8%) və nəqliyyat sektorunda (27%) qeydə alınmışdır. Qeyri-neft sənayesi pandemiya dövründə ən yüksək artım (11.2%) göstərmişdir.
Qeyd edək ki, bu gün Aİ məkanında daxili bazarın qorunması üçün tədbirlərin tətbiqinin hüquqi əsasını hazırda aşağıdakı ÜTT Sazişləri təşkil edir:

Cədvəl 2. Malların ticarətinə dair çoxtərəfli müqavilələr

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Müqavilənin adı	Qısa təsvir
Tariflər və Ticarət üzrə Baş Saziş 1994 (GATT-94); (əsas mətn və ayrı-ayrı maddələrin təfsiri üzrə müqavilələr)	Malların ticarəti rejiminin əsaslarını, bu sahədə ÜTT üzvlərinin hüquq və öhdəliklərini müəyyən edir.
Tariflər və Ticarət üzrə Baş Saziş 1947.	Malların ticarəti rejiminin əsaslarını, bu sahədə ÜTT üzvlərinin hüquq və öhdəliklərini müəyyən edir.
Kənd təsərrüfatı haqqında saziş.	Kənd təsərrüfatı mallarının ticarətinin tənzimlənməsinin xüsusiyyətlərini və bu sektorda istehsala və ticarətə dövlət dəstəyi tədbirlərinin tətbiqi mexanizmlərini müəyyən edir.
Tekstil və geyim üzrə müqavilə.	Tekstil və geyim ticarətinin tənzimlənməsinin xüsusiyyətlərini müəyyən edir
Sanitar və fitosanitar normalarının tətbiqi haqqında Saziş.	Sanitariya və fitosanitar nəzarət tədbirlərinin tətbiqi şərtlərini müəyyən edir
Ticarətdə texniki maneələr haqqında Saziş.	Standartların, texniki reqlamentlərin, sertifikatlaşdırma prosedurlarının tətbiqi şərtlərini müəyyən edir
İdxal Lisenziyalaşdırma Prosedurları haqqında Saziş.	İdxalın lisenziyalaşdırılması prosedurlarını və formalarını müəyyən edir
Subsidiyalar və kompensasiya tədbirləri haqqında Saziş.	Subsidiyaların tətbiqi şərtlərini və prosedurlarını və subsidiyalara qarşı mübarizəyə yönəlmiş tədbirləri müəyyən edir
GATT 1994-ün VI Maddəsinin Tətbiqi haqqında Saziş (antidempinq).	Dempinqlə mübarizə tədbirlərinin tətbiqi şərtlərini və prosedurlarını müəyyən edir
Mühafizə müqaviləsi	Artan idxala qarşı tədbirlərin tətbiqi şərtlərini və prosedurlarını müəyyən edir

Mənbə. ÜTT (Volovik N.P., Prixodko S.V., 2014: s. 5)

Milli iqtisadiyyat üçün ən çox yayılmış qoruyucu vasitə qeyri-qanuni ticarət siyasətinə cavab olaraq antidempinq tədbirlərinin istifadəsidir. Dempinq, yəni ədalətsiz bazar payı əldə etmək üçün ölkənin ixrac etdiyi malların qiymətini qəsdən aşağı salmaq. Adətən qiymət məhsulun daxili bazarda satıldığı səviyyədən aşağı düşür. Şirkət bu cür üsullarla bazar payını alan kimi və rəqabəti məhv edən kimi (bu, onların öz məqsədidir) "ucuz" məhsulun qiymətini artırırlar. Dempinqin əsas faydası malların ədalətsiz rəqabətə davamlı, daha aşağı qiymətə satılmasıdır. Hökumət ixrac müəssisələrini maya dəyərindən aşağı satmaq üçün subsidiyalar verir. Maraqlı olduğu sənayedə bazar payını artırmaq üçün mümkün itkiləri öz üzərinə götürməyə hazırdır və bununla da əmək qabiliyyətli əhalisi üçün iş yerləri yaratmaq arzusu var. Ölkələr tez-tez dempinqdən başqa bir ölkənin sənayesinə hücum kimi istifadə edir və bu ölkənin istehsalçılarını biznesdən kənarlaşdırmağa və sənaye lideri olmağa ümid edirlər. Bundan əlavə, dempinq qiymətlərlə məhsulun "dempinq" edildiyi ölkədə istehlakçılar üçün müvəqqəti üstünlük var. Nə qədər ki, dövlət subsidiyalarla kompensasiya edir, onlar bu məhsula daha aşağı qiymət verirlər. Məsələn, ucuz Kanada taxtası ev qiymətlərini aşağı saxlayır. 20 faizlik tarif qiymətləri qaldıracaq və bəlkə də yeni ev alanlara zərər verə bilər (Volovik N.P., Prixodko S.V., 2014: s. 6)

Dempinqlə bağlı problem ondan ibarətdir ki, ona qulluq etmək baha başa gəlir. Rəqibləri işdən uzaqlaşdırmaq üçün ucuz mallar ixrac etmək illər tələb edəcək. Bu arada, subsidiyaların dəyəri ixracatçı ölkənin suveren borcunu artıra bilər. İkinci çatışmazlıq ticarət tərəfdaşının cavabıdır. Ölkələr dempinqlə mübarizə aparmaq üçün ticarət məhdudiyyətləri və tarifləri təyin edə bilərlər. Bu, ticarət müharibəsinə səbəb ola bilər. Üçüncü çatışmazlıq beynəlxalq ticarət təşkilatları (ÜTT, Aİ) tərəfindən dempinqin pislənməsidir. Ölkə ticarət müqavilələri vasitəsilə dempinq fəaliyyətinin qarşısını alır. Hər iki tərəfdaş müqaviləyə əməl edərsə, o zaman ədalətli rəqabət apara və malların

dempinq qiymətləri ilə satılması riskindən qaça bilərlər. Bununla belə, dempinq qaydalarının pozulmasını sübut etmək çətin və baha başa gələ bilər. Beləliklə, NAFTA İdarə Heyəti belə nəticəyə gəldi ki, Kanada öz taxta-şalbanını dempinq qiymətləri ilə satır. 2004-cü ildə həmin Şura bəyan etdi ki, ABŞ dempinqin onun ağac sənayesinə zərər verdiyini göstərməyib. Təbii ki, ticarət müqavilələri müqavilələrə daxil olmayan ölkələrlə dempinq faktının qarşısını ala bilməz. Ona görə də ölkələr mallara antidempinq rüsumlarının tətbiqi kimi daha ekstremal tədbirlər görməlidir ki, bu da öz növbəsində dempinqin əsas üstünlüyünü aradan qaldırır. Ölkə dempinq edildiyini düşündüyü malların idxalına əlavə rüsum və ya vergi əlavə edə bilər. Əgər bu ölkə ÜTT və ya Aİ-nin üzvüdürsə, belə bir rüsum qoyulmazdan əvvəl dempinqin mövcud olduğunu sübut etməlidir. Bu təşkilatlar əmin olmaq istəyirlər ki, ölkələr antidempinq tariflərindən ticarətin mühafizəsi tədbirlərini tətbiq etmək üsulu kimi istifadə etmirlər.

Daxili bazarın qorunması məqsədiylə dünyada hər il təxminən 212 antidempinq araşdırması aparılır (orta hesabla 1995-2015-ci illər). Belə araşdırmaların nəticələrinə görə, hər il dünyada 150-yə yaxın antidempinq tədbiri tətbiq edilir. Orta hesabla, nəzərdən keçirilən dövr ərzində dünyada başlanmış antidempinq araşdırmalarının 71%-i müvafiq tədbirlərin tətbiqi ilə başa çatır. Ən tez-tez belə tədbirlər Hindistan (17% hallarda), ABŞ (13%), Aİ (11%), Braziliya (7%), həmçinin Argentina, Türkiyə və Çin (hər biri 6%) tərəfindən tətbiq edilir. Tətbiq edilən antidempinq tədbirlərinin sayına görə qonşu ölkə Rusiya 21-ci yerdədir (1%). Əksər hallarda antidempinq tədbirləri Çin (26%), Koreya Respublikası (7%), ABŞ (5%) və Tayland (hər biri 4%) şirkətlərinə qarşı tətbiq edilir. Rusiya öz şirkətlərinə qarşı tətbiq edilən antidempinq tədbirlərinin sayına görə 9-cu yerdədir (3%) (Bayeva M.A., 2016: s. 3550).

Kompensasiya tədbirlərinə (subsidiya) gəlincə, ümumilikdə dünyada hər il 18-ə yaxın müvafiq araşdırmaya başlanılır ki, bunun da nəticəsində hər il orta hesabla 11 tədbir tətbiq edilir (kompensasiya xarakterli araşdırmaların yarıdan bir qədər çoxu tədbirin tətbiqi ilə başa çatır). Əksər hallarda kompensasiya təhqiqatları ABŞ (1995-2015-ci illərdə başlanmış araşdırmaların ümumi sayının 46%-i), Aİ (17%), Kanada (13%) və Avstraliya (6%) kimi inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən aparılır. Bunlar ən çox kompensasiya tədbirləri tətbiq edən eyni ölkələrdir. Kompensasiya təhqiqatlarının aparıldığı əsas ölkələr Çin (baxılan dövrdə işlərin 26%-i), Hindistan (16%), Koreya Respublikası (6%), İndoneziya və Aİ-dir (hər biri 4%) (Bayeva M.A., 2016: s. 3551).

Kompensasiya tədbirləri antidempinq tədbirləri ilə çox oxşardır, lakin onların tətbiqi üçün xarici dövlətdə ondan tədarük olunan malların istehsalı və ya satışı üçün subsidiyanın mövcudluğunu sübut etmək lazımdır. Bu faktı sübut etmək həmişə asan deyil, çünki subsidiyalar haqqında məlumat ictimaiyyətə açıq olmaya bilər. Lazımi sübutlar toplana bilsə, müəyyən bir şirkət tərəfindən tədarük olunan mal vahidi üçün göstərilən subsidiyaya bərabər ölçüdə rüsum tətbiq edilir. Üçüncü ölkələrdən malların idxalına qarşı antidempinq və ya kompensasiya tədbirlərinin tətbiqindən əvvəl araşdırma aparılır ki, onun məqsədi konkret ölkələrdən gələn və Azərbaycana idxal edilən xarici mallara dempinq və ya subsidiyaların verilməsi faktlarını müəyyən etməkdir.

Xüsusi mühafizə tədbirlərinin tətbiqi gözlənilməz hallar səbəbindən (mənşə ölkəsindən asılı olmayaraq) AİB-ə (Avrasiya İqtisadi Birliyi, həmçinin Avrasiya İqtisadi ittifaqı kimi də adlandırılır) malların idxalının kəskin, qəfil, gözlənilməz və əhəmiyyətli dərəcədə artması faktını müəyyən etmək üçün araşdırma ilə əlaqədardır. İdxalın belə artması nəticəsində AİB-də istehsalçılara ciddi ziyan dəyməsi faktı. Bundan əlavə, xüsusi qoruyucu tədbirlərin tətbiqi ÜTT çərçivəsində ticarət tərəfdaşları ilə danışıqlarla bağlıdır. Antidempinq, kompensasiya və xüsusi qoruyucu araşdırmalar AİB-də istehsalçıların müraciəti əsasında Avrasiya İqtisadi Komissiyasının

(AİK) Daxili Bazarın Mühafizəsi Departamenti tərəfindən həyata keçirilir. Eyni zamanda, antidempinq və ya kompensasiya araşdırmasının aparılması müddəti 12 aydan 18 aya qədər, xüsusi qoruyucu araşdırma üçün isə 9 aydan 12 aya qədərdir. Əsasən, AİB bazarları Çin və Ukraynadan gələn mallardan qorunur, çünki bu ölkələrin sahibkarları bəzən xarici bazarlarda çox aqressiv davranırlar.

AİB ərazisində bu və ya digər qoruyucu tədbir qüvvəyə minməzdən əvvəl müəyyən bir müddət keçir, onu şərti olaraq iki mərhələyə bölmək olar: mühafizə mexanizmlərinin istifadəsinə ehtiyac və əsaslandırmanın müəyyən edildiyi araşdırma və müəyyən bir işdə qərar qəbul etmə proseduru. Avrasiya İqtisadi Komissiyasının Daxili Bazarın Mühafizəsi Departamenti tərəfindən aparılan araşdırmaya başlamaq üçün sənaye nümayəndələrinin tədbirin tətbiqinə ehtiyac olduğunu sübut edən bir bəyanat yazmaq lazımdır. Əsas odur ki, üç ölkədə konkret məhsulun ümumi istehsalının 25%-i müraciət edənlərin payına düşür. Ərizə Avrasiya İqtisadi Komissiyasına göndərilir, sübutların etibarlılığı və kifayət qədərliyi yoxlanılır, bundan sonra araşdırmaya başlamaq barədə qərar qəbul edilir. Təxminən bir ilə yaxın araşdırma aparılır, onun nəticələrinə əsasən hesabat və qərar layihəsi hazırlanır, araşdırmanın nəticələri ticarət üzrə məşvərət komitəsinin nümayəndələrinin iştirakı ilə müzakirə olunur (Volovik N.P., 2014: s. 8).

Xüsusi qoruyucu araşdırma nəticəsində malların idxalının artması AİB iqtisadiyyatına ciddi ziyan vurur. Xüsusi rüsumun tətbiqi ilə xüsusi mühafizə tədbirinin xüsusi rüsumun qüvvədə olduğu müddətdə mal istehlakçılarına mənfi təsirini də qeyd etmək lazımdır. İdxal kvotasının həcminə gəlincə, qeyd etmək lazımdır ki, araşdırmalar nəticəsində məlum olub ki, təhlil edilən dövrdə AİB-in əmtəə bazarında istehlak həcmlərində əhəmiyyətli azalma müşahidə olunub. Bu halları nəzərə alaraq belə qənaətə gəlmək olar ki, əvvəlki dövr üçün malların idxalının orta illik həcminə bərabər idxal kvotası müəyyən edilməsi AİB iqtisadiyyatına ciddi zərərin aradan qaldırılması və onun dəyişən iqtisadi şəraitə uyğunlaşmasının asanlaşdırılması üçün kifayət etməyəcək.

ÜTT-nin dempinqlə bağlı öz baxışı var. Birincisi, ölkə dempinqin yerli sənayeyə zərər verdiyini sübut etməlidir. İkincisi, göstərilməlidir ki, dempinq malının qiyməti ixracatçının daxili qiymətindən xeyli aşağıdır. Bu məqsədlə ÜTT qiyməti hesablamaq üçün üç variantdan istifadə edir:

1. İxracatçının daxili bazarındakı qiymət.
2. İxracatçının başqa ölkədə tutduğu qiymət.
3. İxracatçının istehsal məsrəfləri, digər məsrəfləri və məqbul gəlir dərəcəsi əsasında hesablama.

1994-cü il GATT Maddə VI Sazişinə əsasən, dempinq o zaman baş verir ki, bir ölkədən digərinə ixrac edilən məhsulun ixrac qiyməti həmin məhsul üçün normal ticarətdə müqayisə olunan qiymətdən aşağı olur. Dempinq ilk dövlərdən bəri mübahisəli "reputasiya"ya malikdir və o, məsələn, dempinqi bir milli bazarda məhsulun digər milli bazarda satıldığı qiymətdən aşağı qiymətə satması təcrübəsi kimi təsvir edir. Beləliklə, dempinq milli bazarlar arasında qiymət diskriminasiyasıdır. Davamlı dempinq ticarət şərtlərini yaxşılaşdırmaqla idxal edən ölkəyə fayda versə də, milli hökumətlər xarici istehsalçıların dempinqin bütün formalarının pis olduğuna inanırlar. Nəticə etibarilə, bir çox ölkədə adətən kompensasiya və ya cəzalandırıcı antidempinq rüsumunun tətbiqini nəzərdə tutan antidempinq qanunları və qaydaları mövcuddur (Volovik N.P., 2014: s.7)

Ümumiyyətlə qəbul edilir ki, antidempinq qaydaları xarici rəqabətdən qorunmaq üçün asanlıqla istifadə edilə bilər. Son illərdə dempinq və antidempinq əməliyyatları qlobal xarakter almışdır. ÜTT-nin antidempinq siyasəti çərçivəsində ədalətli ticarətin qorunması üçün hüquqi alət kimi bir çox ölkələr antidempinq tədbirləri vasitəsilə yerli sənayeləri və bazarları qoruyur. İqtisadi

nöqteyi-nəzərdən idxalçı ölkə ilə ixracatçı ölkə dünya bazarında öz yerlərində oxşar çəki kateqoriyalarına malik olduqda, onlar arasında ticarətdə rəqabət üstünlüyü əsasən miqyas iqtisadiyyatından, məhsulun differensiallaşdırılmasından və bazar strukturundan asılıdır. Bununla belə, inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında aşkar disbalansı nəzərə alaraq, onların bəziləri (xüsusilə istehsal amillərinin oxşar inkişaf səviyyəsinə malik olan) miqyas iqtisadiyyatı və müəyyən məhsulların unikallığı ilə səciyyələnir. Hazırda getdikcə aktiv şəkildə yüksələn dempinq və antidempinq siyasətini həyata keçirirlər. Dempinq ölkəsi də məhsullarının normal qiymətinin nə olduğunu nümayiş etdirməyi bacarmalıdır. Bütün bunlar mövcud olduqda, o zaman GATT çoxtərəfli ticarət sazişini pozmadan antidempinq tarifləri tətbiq edə bilər.

Antidempinq rüsumları yalnız gömrük rüsumuna məruz qalan mallara şamil edilir. Onlar müəyyən əmtəə qrupu və ya konkret məhsul üzrə qəbul edilmiş tarifə və gömrük dəyərinə əsasən hesablanır və xalq təsərrüfatına dəymiş zərərin (potensial və ya real) ödənilməsi üçün belə dəyərə malik olmalıdır. Antidempinq rüsumunun hesablanması nümunəsini nəzərdən keçirək: Fərz edək ki, hər hansı bir məhsul üçün 51,87% rüsum tətbiq edilir. Həmin məhsulun bir partiyasının gömrük dəyəri 364 860 azn-dir. Sonra rüsum dərəcəsi olacaq: 51,87% / 100% = 0,5187, Rüsumun məbləği: 364,860 * 0,5187 = 189,252,9 azn.

Kompensasiya mühafizə tədbirlərinin tətbiqi malların normal səviyyədən aşağı qiymətlərlə idxalı faktının aşkarlanması ilə əlaqədardır ki, bununla əlaqədar başqa ölkədən xüsusi subsidiya istifadə edilmişdir. Ümumiyyətlə, kompensasiya tədbirləri və müvafiq rüsumlar dempinq faktına və antidempinq rüsumlarının tətbiqinə çox oxşardır. Kompensasiya rüsumları yalnız malların idxalı nəticəsində dövlətə dəyən ziyan və ya onun təhlükəsi müəyyən edildikdə tətbiq edilir. İqtisadiyyata dəymiş ziyan faktını təsdiq edən məlumatlar olduqda, təhqiqat başa çatanadək 4 aya kimi ilkin kompensasiya rüsumu tətbiq edilir. İstintaqın açıldığı tarixdən 2 aydan gec olmayaraq müəyyən edilir. Kompensasiya rüsumlarının maksimum müddəti 5 ildir (Knobel A.Yu., 2015: s. 89). Ticarət proteksionizmində qoruyucu tədbirlərin tətbiqinin digər çox yayılmış üsulu xüsusi qoruyucu tədbirlərdir. Onlar müəyyən bir ölkəyə kəskin artan idxalı məhdudlaşdırmaqla iqtisadiyyatın bir sektoruna əhəmiyyətli zərərin aradan qaldırılması üçün nəzərdə tutulub. O, araşdırma nəticəsində həmin məhsulun ölkəyə idxalının iqtisadiyyata ciddi ziyan vuran və ya vurmaq təhlükəsi yaradan miqdarda və şəraitdə həyata keçirildiyi müəyyən edildikdə, həmin məhsula şamil edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, çox vaxt araşdırmalar və onların nəticələrinə əsasən qoruyucu tədbirlərin tətbiqi ÜTT-nin ticarət mübahisələrinə səbəb olur. İstər inkişaf etməkdə olan, istərsə də inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən daxili bazarın mühafizəsi tədbirlərinin, əsasən antidempinq və kompensasiya tədbirlərinin fəal istifadəsini qeyd etmək olar. Eyni zamanda, inteqrasiya birliyi araşdırmaların aparılmaması və daxili bazarın, o cümlədən blokdakı tərəfdaşlara qarşı müdafiə tədbirlərinin tətbiqi demək deyil. NAFTA, MERCOSUR və ASEAN çərçivəsində ABŞ, Argentina, Kanada, Meksika, Malayziya və İndoneziya ən çox blokdakı tərəfdaşlara qarşı əsasən antidempinq rüsumları şəklində qoruyucu tədbirlər tətbiq edir. Beləliklə, NAFTA daxili bazarı qorumaq, o cümlədən blokdakı tərəfdaşlara qarşı müdafiə tədbirlərini tətbiq etmək üçün nəzərdə tutulanlar arasında ən çox istifadə edilən inteqrasiya birliyidir (Bayeva M.A., 2016: s. 3558).

Nəticə

Qloballaşma şəraitində rəqəmsal iqtisadiyyatda daxili bazarın qorunması məsələsi ilə bağlı yekun qənaətləri aşağıdakı şəkildə qruplaşdıra bilərik:

1. Qlobal iqtisadi inteqrasiya dünyamızda dönməz bir hadisə kimi bütün dünyada həyat səviyyəsini yüksəltmişdir. Buna baxmayaraq, onun ayrı-ayrı ölkələrə (xüsusilə inkişaf etməkdə olan və inkişaf etməmiş ölkələrə) təsiri aparıcı güclər üçün olduğu qədər aydın deyil və bu, son nəticədə proteksionist hərəkətlər üçün çox real və əsaslandırılmış siyasi motivasiya verir.
2. Sərhədlərin bağlanması və qloballaşmadan təcrid olunma bu problemlərin həlli üçün yanlış addımdır. Açıqlıqdan geri çəkilmək qeyri-bərabərliyi yalnız idxal qiymətlərinin artması, malların bahalaşması və insanların real gəlirlərinin azalması ilə artıracaq. Bu, açıq ticarət və inteqrasiyanın danılmaz iqtisadi faydalarından məhrum edə bilər və beləliklə, cəmiyyətin ən yoxsul təbəqəsi üçün iqtisadi çətinlikləri daha da gücləndirə bilər.
3. Dünyada iqtisadi liberallaşma baxımından ÜTT-nin və bir sıra aparıcı
iqtisadiyyatların fəal siyasətini nəzərə alaraq, müxtəlif məhdudlaşdırıcı və qoruyucu ticarət tədbirləri onların konkret vaxt ərzində tətbiq edilməsi zərurəti ilə əlaqədar bəzi maraqlı tərəflər tərəfindən hələ də dəstəklənir.
4. Ticarət proteksionizmi ölkənin iqtisadi rifahının yaxşılaşdırılmasına, eləcə də ölkənin iqtisadi tənəzzüldən çıxmasına kömək edən vasitədir.
5. İş yerlərinin və sənaye sahələrinin qorunması ticarət proteksionizminin lehinə kifayət qədər güclü siyasi arqumentdir.
6. Milli təhlükəsizlik ticarət proteksionist siyasətinin alətidir, çünki risk altında olan sənayelərə yüksək texnologiyalı malların və ərzaq məhsullarının inkişafı və istehsalı ilə bağlı şirkətlər daxildir.
7. İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi həm də istehlakçıların ölkəyə daxil olmasından və vətəndaşlar tərəfindən təhlükəli idxal olunan məhsulların istehlakından (hakimiyyət orqanlarının və müvafiq yoxlamaların mövqeyindən) müdafiə etmək üçün istifadə edilən siyasi arqumentdir.
8. Dövlətin uşaq sənayesinə və uşaqlar üçün məhsulların istehsalına müdaxiləsi istənilən ölkədə istehlakçıların (uşaqların) xüsusiyyətlərinə görə həmişə qeyd-şərtsiz olub və müxtəlif qoruyucu tədbirlər (məsələn, tariflər, subsidiyalar, inzibati ticarət siyasəti və ya kvotalar və s.) formasında həyata keçirilir.
9. Təəssüf ki, son dövrlərdə xüsusilə aktivləşən ölkələr arasında ticarət müharibələri ticarət proteksionizminin əsas problemlərindən biridir və bu, "incimiş" ticarəti qorumaq üçün tədbirlər görülərsə, ölkələrin mütləq cavab tədbirləri görəcəyinə gətirib çıxarır
10. Davamlı dempinq idxalçı ölkəyə ticarət şərtlərini yaxşılaşdırmaqla fayda versə də, əksər hökumətlər xarici istehsalçılar tərəfindən tətbiq edilən bütün dempinq formalarını pis hesab edir və denonsasiya və antidempinq rüsumları şəklində müvafiq təminatlara məruz qalır.

ƏDƏBİYYAT

1. Bayeva M.A. Primeneniye mer zashchiti vnutrennego rinka v integratsionnix obyedineniyax v otnosheniyu partnerov po obyedineniyu i v otnosheniyu tretix stran // Rossiyskoye predprinimatelstvo. Moskva, 2016
2. Volovik N.P., Prixodko S.V. Analiz mer zashchiti vnutrennego rinka v ramkax pravil VTO, Moskva, 2014
3. Ignatyeva G.V., Kurmakayeva Ye.Sh. Analiz sovremennoy praktiki primeneniya mer zashiti vnutrennego rinka Vestnik. Moskva, 2014
4. Knobel A.Yu. Yevraziyskiy ekonomicheskiy soyuz: perspektivi razvitiya i vozmojniye prepyatstviya // Voprosi ekonomiki. Moskva, 2015

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

5. Shiryayeva T.Yu. Razvitiye lokalnix vnutrennix rinkov v globalnix usloviyax rinochnogo prostranstva, Rossiya, g. Moskva, 2015
6. https://stat.gov.az/source/trade/
7. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36679226_77443368.pdf
8. https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35564
9. https://finance-credit.news/birjevaya-torgovlya-kniga/struktura-vnutrennego-ryinka-stranyi-ryinok-49219.html
10. https://uploads.cbar.az/assets/e2f42074ed0f61779b824670c.pdf

АНАЛИЗ ВАЖНОСТИ ЗАЩИТЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ЗОНЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Закир Мирзоев[1], Эльдар Салманов[2]
[1]Доктор философии по экономике, доцент
[2]Магистрант, eldarsalmanov07@gmail.com
[,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет.

РЕЗЮМЕ

За последнее десятилетие ускорился процесс глобализации экономики при все большем взаимодействии различных рынков, особенно капитала, технологий и товаров, в определенной степени рынков труда, и их интеграции в многоуровневую сеть ТМК. Эти комбинации очень эффективны и хорошо организованы, они постоянно стремятся создать новые связи в производстве, разработке продукта, дизайне и маркетинге. ТМК постоянно ориентируются на расширение, устремляются на новые рынки, отстаивают единые либеральные правила деловой игры, а также выступают в качестве важного инструмента глобализации рынков за счет расширения информационной инфраструктуры, ускоряющей операции и снижающей их издержки. Структурные изменения из этого клана укрепляют позиции таких компаний, повышают их прибыль и производительность, что позволяет им открывать производство, выбирать источники сырья и быстро приспосабливаться к меняющимся условиям. Практически все крупные предприятия имеют сеть дочерних компаний или стратегических альянсов, которые оказывают на них необходимое влияние, а главное, обеспечивают гибкость на рынке. Такие транснациональные корпорации в настоящее время осуществляют треть мировой торговли. Тот факт, что страны с особенно высокоразвитой экономикой имеют большие экономические, а во многих случаях и политические преимущества перед другими развивающимися странами, позволяет им более умело использовать глобализацию. В условиях глобализации такие страны, которые выпускают на мировой рынок более качественные продукты и услуги, имеют превосходную конкуренцию, вытесняя другие страны во многих областях. Таким образом, через ТМК они проникают на местные рынки, используя свою превосходную конкурентоспособность, вытесняя национальное производство из игры на внутреннем рынке. Таким образом, глобализация не ставит страны в одинаковую степень

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

экономической зависимости друг от друга, некоторые страны становятся более зависимыми сторонами в этом процессе. Именно поэтому поза глобализации еще раз подчеркивает важность внутреннего рынка и необходимость его сохранения.
Статья посвящена анализу вопросов защиты внутреннего рынка в условиях цифровизации национальной экономики. В исследовании уточняется вопрос о необходимости защиты внутреннего рынка в условиях глобализации, изучаются механизмы государственного контроля защиты внутреннего рынка в цифровой экономике
Ключевые слова: глобальные условия, внутренний рынок, цифровые технологии, антидемпинговые меры, компенсации

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-55

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023 70-84

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Tarlan Novrasli[1], Elgun Rzazade[2]
[1]Doctor of Philosophy in Political Sciences, Associate Professor.
[2]Master student, elgunrzazada@gmail.com
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2]Azerbaijan State University of Economics.

ABSTRACT

Strategic marketing is defined as a process characterized by the fact that the priorities of the enterprise's strategic activity are its business types, strategic decisions related to the product and the market, as well as the principles of segmentation, selection of target segments and positioning. The goal of most strategies in companies is growth. Concentrated growth strategies provide an opportunity to answer the questions in which direction the enterprise should develop in order to better meet the demands of the market, as well as whether there are enough personal resources for this or whether it is necessary to go for foreign acquisitions. Implementation of strategies involves the transformation of the company's strategic plan into concrete actions and then into results. The implementation of the principle of basing on strategic marketing analysis requires the creation of an appropriate strategic analysis system. At the same time, the marketing strategy concept abandons strict annual planning rules and requires the creation of a more mobile periodic system for data collection, analysis and strategic decision-making. Concepts, models and methodology of strategic analysis help to obtain and analyze information to solve strategic problems, suggest the development of appropriate alternative marketing strategies for the enterprise based on the study of market opportunities and threats. A marketing strategy is a set of long-term decisions about how to satisfy the needs of existing and potential customers by using the company's internal resources and external capabilities. When formulating marketing strategies, it is appropriate to proceed from the evaluation of the main market and economic factors and the analysis of the existing strategic potential. One of the important factors in the development of marketing in Azerbaijan is state support. The state has a number of laws and decrees in this field. If this happens continuously, it will give a strong impetus to the development of marketing in Azerbaijan. When studying marketing in Azerbaijan, it is not correct to directly compare it with developed countries. First of all, it is necessary to compare our country with countries with similar characteristics. The most obvious example of these are the post-Soviet countries. Thus, when compared with these countries, it can be seen that Azerbaijan occupies an important place among the post-Soviet countries.

In the modern market, the enterprise's marketing strategy is formed under the influence of many factors and on the basis of a large amount of marketing information. When formulating the company's marketing strategy, the following main factors should be taken into account:

- development trends of demand and foreign marketing environment (market demand, consumer requests, product distribution system, legal regulation, trends in business circles, territorial location conditions);
- the state and characteristics of competition in the market, the main competing companies and the strategic directions of their activities;

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

- management resources and capabilities of the company itself (commodity, finance, trade, personnel, scientific and technical, information), determination of its strengths in competition;
- the main concept of the company's development, its global goals and tasks of entrepreneurial activity in the main strategic directions.

The stage of implementation of the enterprise's marketing strategy involves four components necessary for the implementation of the chosen strategy:
- allocating and mobilizing the necessary resources for the implementation of the strategy;
- in accordance with strategic changes, adequate changes in the organizational structure of the enterprise are necessary;
- implementation of strategic changes;
- departments of the organizational structure involved in the implementation of the strategy
- establishment of the communication process between both corporate and marketing, as well as coordination of the strategy implementation process

Among the relatively new areas of marketing in our country, merchandising aimed at raising the level of retail sales by attracting customers to certain brands or types of goods at sales points without the active participation of special personnel can be mentioned. So, a large number of sellers is not an indicator of a successful sale, because they still cannot help all buyers buy the right product. Merchandising makes the product more accessible to the consumer and seller. The essence of this direction is that the correct display of goods in stores is important and necessary, it serves as a reminder to the buyer about the company's goods and influences the decision when buying. Also, to help customers, promoters work in stores, talk about new products, promotions and demonstrate goods. It should be noted that in our republic, merchandising is mostly used by supermarkets.

The article is devoted to the analysis of the applied characteristics of marketing in the management of enterprises. At this time, the marketing strategy of the enterprise was considered as the main element of the integration of marketing into business management, as well as the PEST and SWOT analysis of the current state of marketing activity in Azerbaijani enterprises was conducted.

Keywords: strategic marketing, company, economic environment, market, competition.

MÜƏSSISƏNIN IDARƏ EDILMƏSINDƏ MARKETINQ STRATEGIYASININ TƏHLILI

Tərlan Növrəsli[1], Elgün Rzazadə[2]
[1]Siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2]Magistr tələbəsi, elgunrzazada@gmail.com
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

XÜLASƏ

Strateji marketinq, müəssisənin strateji fəaliyyətinin prioritetlərinin onun biznes növləri, məhsul və bazarla bağlı strateji qərarlar, habelə seqmentləşdirmə, hədəf seqmentlərin seçilməsi və yerləşdirmə prinsipləri olması ilə xarakterizə olunan bir proses kimi müəyyən edilir. Şirkətlərdə

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

əksər strategiyaların məqsədi böyümədir. Konsentrasiya edilmiş böyümə strategiyaları, bazarın tələblərinə daha yaxşı cavab vermək üçün müəssisənin hansı istiqamətdə inkişaf etməli olduğu, habelə bunun üçün kifayət qədər şəxsi resursların olub-olmaması və ya xarici satınalmalara getməyin zəruri olub-olmaması suallarına cavab vermək imkanı verir. Strategiyaların həyata keçirilməsi şirkətin strateji planının konkret hərəkətlərə, sonra isə nəticələrə çevrilməsini nəzərdə tutur. Strateji marketinq təhlilinə əsaslanma prinsipinin həyata keçirilməsi müvafiq strateji təhlil sisteminin yaradılmasını tələb edir. Eyni zamanda, marketinq strategiyası konsepsiyası sərt illik planlaşdırma qaydalarından imtina edir və məlumatların toplanması, təhlili və strateji qərarların qəbulu üçün daha mobil dövri sistemin yaradılmasını tələb edir. Strateji təhlilin konsepsiyaları, modelləri və metodologiyası strateji problemləri həll etmək üçün məlumat əldə etməyə və təhlil etməyə kömək edir, bazar imkanları və təhdidlərinin öyrənilməsi əsasında müəssisə üçün müvafiq alternativ marketinq strategiyalarının işlənib hazırlanmasını təklif edir. Marketinq strategiyası müəssisənin daxili resurslarından və xarici imkanlarından istifadə etməklə onun mövcud və potensial müştərilərinin ehtiyaclarının necə ödənilməsinə dair uzunmüddətli qərarlar məcmusudur. Marketinq strategiyalarını formalaşdırarkən əsas bazar və iqtisadi amillərin qiymətləndirilməsindən və mövcud strateji potensialın təhlilindən çıxış etmək məqsədəuyğundur. Azərbaycanda marketinqin inkişaf etməsində vacib amillərdən biri də dövlət dəstəyidir. Dövlətin bu sahəyə bir sıra qanun və fərmanları var. Bu davamlı şəkildə olarsa Azərbaycanda marketinqin inkişafına güclü təkan verəcək. Azərbaycanda marketinqi araşdırarkən birbaşa olaraq inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisə etmək düzgün deyil. İlk öncə müqayisəni ölkəmizlə oxşar özəlliklərə sahib ölkələrlə müqayisə etmək lazımdır. Bunlara da ən bariz nümunə postsovet ölkələridir. Belə ki, bu ölkələrlə müqayisə etdikdə Azərbaycanın postsovet ölkələri arasında özünə önəmli yer tutduğunu görmək olar.
Məqalə müəssisələrinin idarə olunmasında marketinqin tədbiqi xüsusiyyətlərinin təhlili məsələlərinə həsr olunmuşdur. Bu zaman müəssisənin marketinq strategiyası marketinqin biznes idarəetməyə inteqrasiyasının əsas elementi kimi nəzərdən keçirilmiş, habelə Azərbaycan müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin müasir vəziyyətinin PEST və SWOT təhlili aparılmışdır.
Açar sözlər: strateji marketinq, şirkət, iqtisadi mühit, bazar, rəqabət

Giriş

Müəssisənin inkişafının idarə edilməsi inteqrasiya olunmuş strateji idarəetmə sisteminin işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsi ehtiyacını təmin edir, bunun əsasını müəssisə strategiyasının hazırlanması və həyata keçirilməsi prosesi təşkil etməlidir. Strategiya şirkətin uzunmüddətli inkişaf kursu, onun özü üçün müəyyən etdiyi məqsədlərə nail olmaq yolu və öz siyasəti çərçivəsində öz mülahizələrini rəhbər tutaraq alternativ variantlardır. İnkişafın indiki mərhələsində strategiya müəyyən edilmiş məqsədlərə nail olmağa yönəlmiş konkret idarəetmə fəaliyyət planı kimi nəzərdən keçirilir. Müəssisənin necə fəaliyyət göstərəcəyini və inkişaf edəcəyini, habelə təşkilatın arzu olunan vəziyyətə çatması üçün hansı sahibkarlıq, rəqabətli və funksional tədbirlər görüləcəyini müəyyənləşdirir (https://www.researchgate.net/publication/354023883_marketıng_approach_to_the_formatıon_of_management_system_for_enterprıse_strategıc_development_ın_the_context_of_globalısatıon).
Əksər hallarda “strategiya” termini keyfiyyətcə yeni məqsədlərə və fəaliyyətlərə nail olmağa yönəlmiş uzunmüddətli fəaliyyət planı ilə eyniləşdirilir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı strategiyasının konkret variantının və onun həyata keçirilməsi vasitələrinin müəyyən edilməsi elmi proqnozlaşdırmanın kifayət qədər mürəkkəb problemidir. O, texnoloji yenilənmə və inkişafı

aktivləşdirmək üçün yeni impulsların axtarışı ilə, istehsal prosesinə investisiya və innovasiyalar üçün daxili toplanma və xarici vəsaitlərin cəlb edilməsinin xüsusiyyətləri ilə üzvi şəkildə bağlıdır. Müvəffəqiyyət əldə etmək üçün çox vaxt eyni vaxtda bir neçə strategiya istifadə olunur, bu gün əsas strategiyalardan biri marketinqdir (Vesnin V.R., 2014: s. 18).

Məqsəd

Tədqiqatda məqsəd marketinq strategiyasının formalaşmasının əsas prinsiplərini təhlil etmək, müasir bazarda müəssisənin marketinq strategiyasını formalaşdıran amillərə nəzər salmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Bu gün Azərbaycanda marketinqin əhəmiyyəti iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan hər kəsə aydındır. İndi o, peşəkar təhsil müəssisələrində tədris olunan müstəqil bir fənn kimi fəaliyyət göstərir. Bu sahəyə sahib olan mütəxəssislərə əmək bazarında böyük tələbat var. Əgər əvvəllər sovet müəssisələrinin rəhbərləri təşkilatların dövlətin əlində olması səbəbindən baş verən rəqabətə, səmərəliliyin və mənfəətin artırılmasına belə əhəmiyyət vermirdilərsə, hazırda şirkətin siyasəti tamam başqadır. Çünki, rəhbərlik idarəetmə aparatına marketinq sistemini tətbiq etməyə məcburdur. Sahibkarlıq sahəsində ən mühüm funksiya olan marketinq fəaliyyəti daxili və xarici bazarın vəziyyəti nəzərə alınmaqla əmtəə və xidmətlər bazarında marketinq sisteminin müxtəlif subyektlərinin rəqabətə davamlı fəaliyyətini və inkişafını yaratmalıdır.

Metodlar

Məqalədə analiz, ümumiləşdirmə, təsnifat, qruplaşdırma kimi metodlardan istifadə olunmuş, nəticədə müəssisənin marketinq strategiyası marketinqin biznes idarəetməyə inteqrasiyasının əsas elementi kimi təhlil edilmişdir. Azərbaycanda marketinqin müasir vəziyyətinin təhlili məqsədilə PEST və SWOT kimi təhlil metodları tədbiq edilmişdir.

Marketinq strategiyası - müəssisənin strategiyasının elementi, onun ehtiyaclarına ən uyğun olan əmtəə və xidmətlərin inkişafına, istehsalına və alıcıya çatdırılmasına yönəlmişdir. Bir neçə əsas strategiyadan birinin seçimi neytral qərar sayıla bilməz, çünki onların hamısı müxtəlif risk növləri və təşkilat üçün müxtəlif prioritetlərlə əlaqələndirilir (Lamben J.J., 2008: s. 362).

Strateji marketinq "biznes mühitində, rəqabətdə və biznesin özündə biznesin təşkilati elementlərinə təsir edən amillərin strateji təhlili, gələcək tendensiyaların proqnozlaşdırılması, məqsədlərin müəyyən edilməsində və korporativ strategiyanın formalaşdırılmasında iştirak, marketinq məqsədlərinin müəyyən edilməsi, həmçinin məqsədi hər bir hədəf bazarda müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək olan marketinq proqramının yerləşdirilməsi üçün strategiyaların işlənib hazırlanması, tətbiqi və idarə edilməsi prosesidir" (Kravchenko L.A., Kuznetsov P.D., 2017: s. 136). Bir qayda olaraq, strategiyanın hazırlanması üç komponentə əsaslanır: marketinq bazası (layihənin vəziyyətinin öyrənilməsi, bütövlükdə bazarın və onun ayrı-ayrı seqmentlərinin, rəqiblərin, müştərilərin və s.-nin tədqiqi), kreativ konsepsiya (bir görüntünün istehlakçılara ən effektiv və aydın şəkildə necə çatdırılması və ya ünsiyyət strategiyasının məqsədlərinə çatması haqqında fərziyyə), media planlaması (uzunmüddətli kommunikasiya planı və ya "yol xəritəsi" və qısamüddətli, taktiki planın yaradılması).

Strateji marketinqin əsas ideyası ondan ibarətdir ki, o, strateji təfəkkürə əsaslanır və müəssisənin strateji mövqeyini, marketinq mühitinin müəssisənin fəaliyyətinə təsirini təhlil etmək ehtiyacını dərk etməyi və onun həyata keçirilməsi üçün lazımi məqsədləri müəyyən etməyi əhatə edir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Müəssisənin həyat dövrləri nəzəriyyəsinin müddəalarını nəzərə alaraq marketinq strategiyasının formalaşdırılması alqoritmini tərtib etmək olar ki, bu alqoritm marketinqin bütün elementlərini və onunla bağlı maliyyə resurslarını və istehsal imkanlarını əks etdirməlidir (Eugeniusz Michalski, 2016: p. 84-95).

Marketinq strategiyasının formalaşması alqoritminin əsas mərhələlərinə aşağıdakılar daxildir: məqsədlərin formalaşdırılması (bu, ən vacib mərhələlərdən biridir, çünki müəssisənin inkişafının əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir və iqtisadiyyatın bütün digər elementlərinə əhəmiyyətli təsir göstərir. strategiya), müəssisənin həyat dövrünün təhlili (müəssisələrin inkişaf mərhələsinin müəyyən edildiyi mərhələni və müəyyən inkişaf strategiyaları olan müəssisəyə uyğun gələn inkişaf variantlarını təmsil edir). Bu halda əsas vəzifə müəssisənin inkişaf səviyyəsini və müəssisənin yerləşdiyi həyat dövrünün mərhələsini müəyyən etmək üçün maksimum dəqiqliklə müəssisənin diaqnostikasını aparmaqdır. Strategiyanın struktur elementlərinin müəyyən edilməsi müəssisənin fəaliyyətinə təsir edən amillərin müqayisəsi, resurs bazasının və həyat dövrünün mərhələsinin təhlili əsasında baş verir. Bacarıqlı əsaslandırma və düzgün marketinq strategiyası bütövlükdə müəssisənin iş fəaliyyətinin nəticələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Marketinq strategiyası funksional səviyyədə bütün elementləri əhatə edir, buna görə də son strategiyaya və bütövlükdə tətbiqin nəticəsinə təsir göstərir (https://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site1238/html/media66811/063-Kozlov.pdf).

Marketinq strategiyasının formalaşmasının əsas prinsipləri bunlardır:

- müəssisənin xarici, bazar yönümlü olması;
- marketinqin strateji təhlilinə əsaslanma;
- müəssisənin strateji fəaliyyətinin aktiv xarakteri;
- müəssisənin uzunmüddətli istiqamətləndirilməsi;
- müəssisə marketinq strategiyalarının hazırlanması və həyata keçirilməsinə kompleks yanaşma;
- çeviklik - marketinq mühitindəki dəyişikliklərə uyğun olaraq strategiyanı aktiv şəkildə uyğunlaşdırmaq bacarığı deməkdir;
- multivariantlıq - strateji marketinq planının formalaşdırılması mərhələsində marketinq mühitində mümkün dəyişikliklərin müxtəlif variantlarının nəzərə alınmasını nəzərdə tutur;
- müəssisə resurslarının səmərəli yerləşdirilməsi, müəssisənin sinergetik strateji inkişafının təmin edilməsi;
- analitik komponentin yaradıcılıqla harmonik birləşməsi.

Bazarın öyrənilməsi və proqnozlaşdırılmasına əsaslanan idarəetmə konsepsiyası kimi marketinqin mahiyyətindən müəssisənin xarici, bazaryönümlülük prinsipi irəli gəlir. Belə bir təhlilin nəticəsi müəyyən strateji prioritetlər ola bilər və sonra, istehlakçılara diqqət yetirmək və tədqiqatda rəqiblərə diqqət yetirmək arasındakı əlaqədən və müəssisənin strateji fəaliyyətindəki müvafiq stresslərdən asılı olaraq, dörd növ strateji oriyentasiya fərqləndirilir: istehsal yönümlülük, rəqib yönümlülük, istehlakçı yönümlülük, bazar (marketinq) yönümlülük.

Müəssisənin aktiv, hücumçu strateji fəaliyyəti prinsipi onu təklif edir ki, müəssisə yalnız bazar mühitini araşdırmalı və onun şərtlərinə uyğunlaşmalı, yalnız xarici marketinq mühitində baş verən hadisələrə reaksiya verməməli, həm də ətrafdakı hadisələrə fəal təsir göstərməlidir.

Bir çox biznes növlərində mühüm problem effektiv uzunmüddətli strategiyaların hazırlanmasıdır. Müəssisənin fəaliyyətinin uzunmüddətli yönümlülük prinsipi işin rəhbərliyin strateji düşüncəsinə əsaslanmasını nəzərdə tutur. Uzunmüddətli idarəetmə daha effektivdir, eyni zamanda daha mürəkkəbdir və strateji perspektivlərin təkrar istehsalı üçün müvafiq metodlar tələb edir. P.Doylun fikrincə, “Mövcud problemlərin həllinə yönəlmiş səylərin və uzunmüddətli strateji

təfəkkürün inkişafına yönəlmiş hərəkətlərin məcmusu şirkətin rəqabət qabiliyyətini saxlamaq və gücləndirmək üçün zəruridir" (Kudenko N.V., 2012: s. 131).

Müəssisə marketinq strategiyalarının formalaşmasına və həyata keçirilməsinə kompleks yanaşma prinsipi aşağıdakı kimi iqtisadi elmlərin strateji marketinq konsepsiyası və metodologiyasına verdiyi töhfənin nəticəsidir:

- marketinq istehlakçıların tələbatını öyrənmək və ödəmək yolu ilə bazar şəraitində müəssisənin səmərəli fəaliyyətini təmin edən anlayışdır;
- miqyas effekti iqtisadiyyatı və digər konseptual prinsipləri ilə mikroiqtisadiyyat;
- təşkilati strukturlara və təşkilatın tərkib elementlərinə (sistem, kadr, korporativ mədəniyyət, dəyərlər) yanaşmalarla təşkilati davranış;
- idarəetmə - səmərəli təşkilati idarəetmə üsulları və kadrların həvəsləndirilməsi sistemi ilə;
- maliyyə - müəssisənin fəaliyyətində maliyyə təhlili və risklərin hesablanması üsulları ilə;
- kadrların idarə edilməsi - marketinq strategiyasının həyata keçirilməsi prosesində müəssisə işçilərinin həvəsləndirilməsi və stimullaşdırılması üsulları ilə.

Multivariantlıq prinsipi marketinq strategiyasının formalaşdırılması mərhələsində marketinq mühitində mümkün dəyişikliklərin müxtəlif variantlarının nəzərə alınmasını nəzərdə tutur. Bu prinsipin həyata keçirilməsi marketinq strategiyasının, bir qayda olaraq, üç variantdan ibarət olmasında özünü göstərir: minimum, optimal və maksimum.

Müəssisə resurslarının səmərəli bölüşdürülməsi prinsipi müəssisənin resurslarının məhdudluğu və onların strateji biznes bölmələri və müəssisənin funksional bölmələri arasında rasional bölüşdürülməsi ehtiyacı ilə izah olunur. Resursların bölüşdürülməsi zamanı strateji yanaşmaya məhəl qoymamaq belə bir vəziyyətə gətirib çıxara bilər ki, gəlirsiz, lakin perspektivli biznes resursların çatışmazlığından əziyyət çəkəcək, gəlirli, lakin problemli, perspektivsiz, köhnəlmiş biznes isə müəssisənin əsas resurs potensialından istifadə edəcək.

Müəssisənin sinergetik strateji inkişafının təmin edilməsi prinsipinə riayət etmək vacibdir. Sinergetik effekt o zaman baş verir ki, müəssisənin strateji biznes bölmələrinin birgə fəaliyyətindən əldə edilən ümumi mənfəət strateji biznes bölmələrinin ayrı-ayrı fəaliyyətlərindən əldə olunan gəlirliliyin (gəlir) cəmindən çox olar. Məhz bu effektə nail olmaq üçün strateji marketinq müəssisənin biznes portfelinin idarə olunmasına yönəldilmişdir.

Müasir bazarda müəssisənin marketinq strategiyası bir çox amillərin təsiri altında və böyük həcmdə marketinq məlumatı əsasında formalaşır. Şirkətin marketinq strategiyasını formalaşdırarkən, ilk növbədə, aşağıdakı əsas amillər nəzərə alınmalıdır:

- tələbatın və xarici marketinq mühitinin inkişaf tendensiyaları (bazar tələbi, istehlakçıların müraciətləri, məhsulun paylanması sistemi, hüquqi tənzimləmə, işgüzar dairələrdə tendensiyalar, ərazi yerləşmə şəraiti);
- bazarda rəqabətin vəziyyəti və xüsusiyyətləri, əsas rəqabət aparan firmalar və onların fəaliyyətlərinin strateji istiqamətləri;
- şirkətin özünün idarəetmə resursları və imkanları (əmtəə, maliyyə, ticarət, kadr, elmi-texniki, informasiya), rəqabətdə onun güclü tərəflərinin müəyyən edilməsi;
- şirkətin inkişafının əsas konsepsiyası, onun qlobal məqsədləri və əsas strateji istiqamətlərdə sahibkarlıq fəaliyyətinin vəzifələri.

Müəssisənin marketinq strategiyasının həyata keçirilməsi mərhələsi seçilmiş strategiyanın həyata keçirilməsi üçün zəruri olan dörd komponenti nəzərdə tutur:

- strategiyanın həyata keçirilməsi üçün zəruri resursların ayrılması və səfərbər edilməsi;

- strateji dəyişikliklərə uyğun olaraq, müəssisənin təşkilati strukturunda adekvat dəyişikliklər zəruridir;
- strateji dəyişikliklərin həyata keçirilməsi;
- strategiyanın həyata keçirilməsində iştirak edən təşkilati strukturun bölmələri - həm korporativ, həm də marketinq arasında əlaqə prosesinin qurulması, həmçinin strategiyanın həyata keçirilməsi prosesinin əlaqələndirilməsi (https://business-inform.net/%20pdf/2011/9_0/194_197.pdf).

Eyni zamanda, marketinq strategiyası şirkətin qarşısına qoyulan məqsədlərə nail olunmasına tabe olan müxtəlif marketinq fəaliyyətlərinin planlaşdırılması və həyata keçirilməsi prosesidir. Bu gün çoxlu sayda müxtəlif strategiyalar mövcuddur. Təşkilatların real həyatda nümayiş etdirdiyi bütün müxtəlif strategiyalar bir neçə əsas strategiyanın müxtəlif modifikasiyalarıdır. Bu strategiyaların hər biri daxili və xarici ətraf mühit amilləri ilə müəyyən edilmiş xüsusi bir vəziyyətdə effektivdir, buna görə də müəyyən bir variantın seçilməsinin səbəblərini nəzərə almaq vacibdir. Hər bir əsas strategiyanın bir çox alternativi var. Məsələn, böyümə strategiyası başqa bir firma əldə etməklə (xarici artım) və ya məhsul kompleksini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirməklə (daxili artım) həyata keçirilə bilər. Bütün marketinq strategiyaları hücum, müdafiə və şaquli inteqrasiya strategiyalarına bölünə bilər. Rəqabət üstünlüyünü qorumaq üçün hücum strategiyalarından istifadə olunur. Rəqabət üstünlüyü adətən rəqiblər tərəfindən asanlıqla qarşısı alınmayan yaradıcı hücum strategiyasından istifadə etməklə əldə edilir. Müdafiə strategiyaları rəqabət üstünlüyünü qorumağa xidmət edir və öz bazar mövqeyini qoruyub saxlamağa, hücuma məruz qalma riskini azaltmağa, rəqibin hücumunu daha az itki ilə qəbul etməyə və rəqiblərə onları başqa rəqiblərlə mübarizə aparmaq məqsədilə istiqamətləndirmək üçün təzyiq göstərməyə xidmət edir.

Rəqabət üstünlüyünü qorumağın bir neçə yolu var. Bir yanaşma rəqiblərin təhqiredici hərəkətlər etməsinin qarşısını almağa çalışmaqdır. Müdafiə strategiyasına ikinci yanaşma rəqiblərə onların hərəkətlərinin cavabsız qalmayacağını və firmanın hücuma hazır olduğunu bildirməkdir. Şaquli inteqrasiya strategiyasının mahiyyəti ondan ibarətdir ki, firmalar öz fəaliyyətlərini təchizatçılara (geri) və ya istehlakçılara (irəli) doğru genişləndirə bilərlər. Şaquli inteqrasiya strategiyaları tam sənaye inteqrasiyasını və ya qismən inteqrasiyanı (sənayenin dəyər zəncirində ən mühüm addımlarda mövqelərin yaradılması) hədəfləyə bilər. Şirkət sənaye zəncirinin digər hissələrində öz fəaliyyətinə başlamaqla və ya şirkətə daha yaxın olmaq üçün artıq bu sahədə fəaliyyət göstərən firmaları almaqla şaquli inteqrasiya edə bilər (https://cyberleninka.ru/article/n/faktoryformirovaniya-marketingovoy-strategii-predpriyatiya).

Strategiyanın işlənib hazırlanmasında məqsəd müəssisənin inkişafının əsas prioritet sahələrini və proporsiyalarını, onun dəstəyinin maddi mənbələrini və bazar tələbatını nəzərə almaqla müəyyən etməkdir. Marketinq strategiyalarını işləyib hazırlayarkən müəssisə qərar qəbul etməlidir: öz güclü mövqeyini qazanmaq üçün öz səylərini nisbətən kiçik seqmentlər dairəsinə yönəltməli, yoxsa eyni vaxtda bir sıra bazarları inkişaf etdirməlidir. Müvafiq strategiyanı seçmək üçün müvafiq meyarlar lazımdır. Bunun üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır (Kravchenko L.A., Kuznetsov P.D., 2017: s. 138):

- şəxsi vəsaitlərin səpələnməsinin qarşısını almaq üçün təmərküzləşmə strategiyasına üstünlük vermək və səyləri potensial uğurun nisbətən tez əldə oluna biləcəyi bazarlara yönəltmək bacarığı;
- risk dərəcəsini azaltmaq üçün bir neçə regionun bazarlarının inkişaf ardıcıllığı;
- standartlaşdırılmış satış və mənfəət siyasətinin mümkünlüyü;
- firmadan xərcləri daim məhdudlaşdırmağı tələb edən və əsas bazarlarda cəmləşməklə əldə edilə bilən rəqabətin intensivliyi.

Marketinq strategiyasının formalaşdırılmasının əsas prinsipləri strateji marketinqin üstünlüklərini təmin edir və müəssisənin idarə edilməsi üçün ən effektiv strateji konsepsiya kimi onun əhəmiyyətini izah edir (Pashayev K.P, 2010: s. 424):

Marketinq həm kommersiya və qeyri-kommersiya xarakterli ayrı-ayrı müəssisə və ya təşkilatlar səviyyəsində, həm də regional və dövlət səviyyəsində istifadə olunur. Ona sahib olmaq yerli menecerlər və mütəxəssislər üçün çox vacibdir, çünki marketinq konsepsiyaları qiymətlərin müəyyənləşdirilməsində, ticarət markasının və qablaşdırmanın formalaşmasında, reklamın yayılmasında istifadə olunur. Marketinqdən istifadə etməklə əmtəə və xidmətlərin istehsalı və satışının sərfəli variantlarını hesablamaq, maraq doğuran məhsulların hansı istehlakçılara satıldığını müəyyən etmək mümkündür. Bu, çoxlu sayda bazar imkanlarını və onların hər birinin tətbiqini müəyyən etməyə imkan verir. Ümumilikdə marketinqin, xüsusən də marketinq tədqiqatlarının rolu bu gün çox yüksəkdir. Bu, bazar və bazar münasibətlərinin inkişaf etməsi, rəqabətin artması, istehlakçının məhsulların keyfiyyətinə böyük tələblər qoyması nəticəsində baş verir (https://www.academia.edu/23919285/Marketinq).

Müasir marketinq innovasiyaların sürətli, çevik planlaşdırılmasına əsaslanmalıdır, onun mərkəzində həmişə istehlakçı olmalıdır. İnnovasiyanın əhəmiyyətinin artması, yeni məhsulların hazırlanmasına daha çox diqqət yetirilməsi zamanın çağırışıdır. Yeni məhsullar yeni bazarlar tərəfindən təklif olunur və mövcud bazarlarda onlar rəqibləri məhdudlaşdırmağa kömək edir.

Azərbaycanda marketinqin inkişafını 2 qrupa bölmək olar: Birinci mərhələ XX əsrin əvvəllərindən 1993-cü ilə qədərki dövr - marketinqin zəif inkişaf ilə xarakterizə olunur; İkinci mərhələ isə 1993-cü ildən indiyə qədərki dövr - marketinq sahəsinin stabil inkişafı ilə xarakterizə olunur.

XX əsrin əvvəlindən başlayaraq 1993-cü ilə qədər Azərbaycan Sovet imperiyasının tərkibində və iqtisadiyyatın əsasən mərkəzləşmiş olması marketinqə ehtiyac yaratmırdı. İqtisadi subyektlər arasında rəqabət yox səviyyəsində idi və demək olar ki, bütün ehtiyaclar mərkəzdən təmin edilirdi. Lakin müstəqillik əldə olunandan sonra atılan addımlar (qeyri-neft sektorunun inkişafı, yeni dövlət strukturlarının yaradılması, özəlləşdirmə və s.), həyata keçirilən yeni layihələr, sahibkarlığın dirçəlməsinə səbəb oldu. Sahibkarlığın inkişafı ölkədə rəqabətin də yaranmasına səbəb oldu. Artıq hər firma öz məhsulunu satmaq məcburiyyətində idi. Oxşar məhsul istehsalçılarının sayı artdıqca istehsalçılar eyni bazarda 2 və daha artıq şirkətlərlə rəqabət aparmağa başladılar. Belə bir şəraitdə isə istehsalçı müxtəlif vasitələrdən istifadə etməklə öz məhsulunu ön plana çəkməyə çalışırdı. Bu vasitələrdən biri və ən əsası da marketinq idi (https://files.preslib.az/projects/azerbaijan/gl4.pdf).

Ölkəmizdə marketinqin inkişafına dəstək olan addımlardan biri də Azərbaycan Marketinq Cəmiyyətinin yaranması olmuşdur. Bu cəmiyyətin yaranması ilə özəl sektorda marketinqin inkişafı sürətli şəkildə artmağa başlamışdır.

Azərbaycanda 1900-cü illərdə marketinq inkişaf etməkdə idi. Bu dövrdə marketinqə təkanverici qüvvələrdən biri də Azərbaycan Marketinq Cəmiyyətinin yaranması oldu. 7 iyul 2000-ci ildə formalaşan cəmiyyətin əsas məqsədi marketinqi inkişaf etdirmək və bu sahəyə olan inamı bərpa etmək idi. Bu cəmiyyətdə bir sıra ziyalılar, iqtisadçılar, şirkət nümayəndələri, biznesmenlər və digər mütəxəssislər iştirak etmişdir. Cəmiyyət həmin dövrdən indiyə kimi bir sıra QHT və digər təşkilatlara marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsində köməklik göstərmişdir. AMA 2007-ci ildə "Azərbaycan İxrac Kataloqu"nun hazırlanması kimi mühüm layihənin təşəbbüskarı olub. Bu nəşrin əsas ideyası yerli rəqabətədavamlı məhsulların təşviqinə kömək etmək, xaricdə yeni bazarlar və biznes tərəfdaşları tapmaqdır (https://www.trend.az/life/socium/922176.html). Bundan

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

başqa AMC bir sıra qeyri-kommersiya tədbirlərinin də təşkilatçılığını etmişdir. AMC-nin əsas məqsəd və vəzifələri kimi aşağıdakıları qeyd edə bilərik: tədqiqatlar aparmaqla praktiki nəticələr əldə etmək; marketinq sahəsində fəaliyyət göstərən hər bir şirkətə bu sahədə yardımçı olmaq; konfranslar, seminarlar vasitəsilə maariflənməyə yardımçı olmaq və s.
Bir sıra marketinq xidmətlərindən istifadəni asanlaşdırmaq və hüquqi bazanı zənginləşdirmək məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 20 iyun 2017-ci ildə 1472 nömrəli Fərmanı ilə publik-hüquqi şəxs – Azərbaycan Dövlət Reklam Agentliyi yaradılmışdır (https://adra.gov.az/az/page/about). Bu gün Azərbaycan müəssisələrində marketinqin mövcud vəziyyətini təhlil etdikdə, sektorun güclü və zəif tərəflərini, mümkün imkanları və təhdidləri görə bilərik (cədvəl 1).

Cədvəl 1: Azərbaycan müəssisələrində marketinqin mövcud vəziyyətinin SWOT (GİZİT) analizi.

Güclü tərəfləri	Zəif tərəfləri
- Bazar təcrübəsi. - Çevik qiymət siyasəti. - Yüksək keyfiyyətli, geniş çeşidli xidmətlərin göstərilməsi. - Rəqəmsal marketinqin inkişafı.	- İşçilər üçün zəif maddi həvəsləndirmələr. - İşçilərə paylanmamış yük. - Bəzi sahələrdə zəif rəqabət. - Göstərilən bütün növ xidmətlər üçün öz avadanlıqlarının olmaması. - Kifayət qədər daimi müştəri bazasının olmaması səbəbindən tələbin qeyri-müntəzəmliyi. - İstehlakçı rəyini öyrənmək üçün bazar araşdırmalarının aparılmaması.
İmkanlar	**Təhdidlər**
- Xidmətlərin qiymətlərinin aşağı salınması. - Yeni xidmətlərin inkişafı. - Yeni reklamçıların cəlb edilməsi. - Tərəfdaşlıq əlaqələrinin qurulması. - Qarşılıqlı əməkdaşlıq. - Göstərilən xidmətlərin həcmini artırmaq imkanı. - Yeni reklam xidmətləri növləri ilə bağlı təlimlər. - Şirkətin təqdim edə biləcəyi xidmət növlərini öyrənmək üçün təhlilin aparılması. - İşçilərin ixtisaslarının artırılması. - Xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi.	- Maliyyə böhranı təhlükəsi ilə iqtisadi dalğalanmalar. - Reklam verənin alıcılıq qabiliyyətinin səviyyəsinin aşağı salınması. - Seminarların və digər əlaqəli şirkətlərin xidmətlərinin qiymətlərinin artması. - Reklam agentliyi qarşısında öhdəliklərin yerinə yetirilməməsi riski. - Göstərilən xidmətlərin sayını və keyfiyyətini artırmaqla potensial rəqiblərin zərərsizləşdirilməsi. - Rəqiblərin fəaliyyətinin öyrənilməsi və onların marketinq və istehsal fəaliyyətlərində nəzərə alınması. - Əsas qanunlar üzrə qanunvericilik aktlarının diqqətlə öyrənilməməsi, eləcə də ölkədəki vəziyyətin diqqətlə izlənilməməsi. - Müqavilə bağlamadan əvvəl reklam verənlərin maliyyə vəziyyətinin təhlil edilməməsi. - Xidmətlərin göstərilməsi üçün uzunmüddətli müqavilələr üçün uyğun təkliflər və endirimlər sisteminin işlənib hazırlanmaması. - Potensialını gücləndirəcək və xarici mühitdən yaranan problemlərin qarşısını alacaq yeni strategiyanın hazırlanmaması.

Mənbə: Bir neçə Azərbaycan şirkətlərinin internet resursları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

SWOT analiz ilə birgə PEST analizin edilməsi bazarı daha real və düzgün qiymətləndirməyə imkan verəcəkdir. Azərbaycan müəssisələrində marketinqin hazırkı vəziyyətini daha yaxşı başa düşmək üçün PEST analizini nəzərdən keçirək.

PEST analizi biznes və marketinqdə son zamanlar tez-tez istifadə olunan analizlərdən biridir. SWOT analizindən fərqli olaraq PEST analizi marketinq fəaliyyətinə təsir edəcək kənar amilləri tədqiq edir. PEST analizi makromühiti 6 sahə üzrə araşdırır: P – Political (siyasi mühit), E – Ekonomic (iqtisadi mühit), S – Sociocultural (sosial-mədəni mühit), T – Technological (texnoloji mühit) (https://libguides.library.usyd.edu.au/c.php?g=508107&p=5994242).

P – Political (siyasi mühit)

Azərbaycanda marketinq araşdırmalarının bir sahə kimi yüksək inkişaf etdiyini söyləmək mümkün deyil. Təssüf ki, dövlətin bu sahəyə ciddi bir dəstəyinin olmadığını da qeyd etməliyik. Lakin son illərdə dövlət tərəfində biznesə xarici və daxili bazar araşdırmalarının aparılması üçün maliyyə dəstəyinin təqdim olunmasına başlanması bu sahədə inkişafın sürətlənəcəyindən xəbər verir. Belə ki, 2016-cı ildə Prezident İlham Əliyev tərəfindən "Xarici ölkələrə ixrac missiyalarının təşkilinə, xarici bazarların araşdırılması və marketinq fəaliyyətinə, "Made in Azerbaijan" brendinin xarici bazarlarda təşviqinə, yerli şirkətlərin ixracla bağlı xarici ölkələrdə sertifikat və patent almasına, ixracla əlaqəli tədqiqat-inkişaf proqram və layihələrinə çəkilən xərclərin dövlət büdcəsi hesabına ödənilən hissəsinin müəyyənləşdirilməsi və ödənilmə mexanizminin tənzimlənməsi Qaydası"nın təsdiq edilməsi haqqında fərman imzalanıb. Qaydada nəzərdə tutulan dəstək tədbiri - xarici ölkələrə ixrac missiyalarının və Azərbaycan ərazisinə alıcı missiyalarının təşkili, xarici bazarların araşdırılması və marketinq fəaliyyəti, "Made in Azerbaijan" brendinin xarici bazarlarda təşviqi, ixracla bağlı beynəlxalq sertifikat alınması, tədqiqat-inkişaf proqram və layihələrinin həyata keçirilməsidir. Bazar araşdırması isə qeyri-neft məhsullarının və ya məhsul qruplarının ixracı üçün yeni və mövcud ixrac bazarlarına çıxış imkanlarının tədqiqi məqsədi ilə təşkil edilən fəaliyyət hesab olunur (https://president.az/az/articles/view/21297).

E – Ekonomic (iqtisadi mühit)

Bildiyimiz kimi ölkə iqtisadiyyatın vəziyyəti həm makro, həm də mikro səviyyədə şirkətlərin marketinq fəaliyyətinə təsir edir. Covid-19 pandemiyası və Rusiya-Ukrayna müharibəsinin bütün dünyada yaratdığı iqtisadi qeyri-sabitlik qiymət artımlarını dəstəkləyən yüksək inflyasiya ilə müşahidə olunur. Bütün bunlar dünya iqtisadiyyatının bir parçası olan Azərbaycan iqtisadiyyatında müəyyən dalğalanmalar əmələ gətirib ki, bu da dolayısı ilə şirkətlərin marketinq strategiyalarında dəyişikliklərə səbəb olur. Lakin onu da qeyd edək ki, Azərbaycan hökumətinin apardığı işğaldan azad olunmuş ərazilərin iqtisadiyyatının dirçəldilməsi siyasəti tezliklə regionda yeni şirkətlərin yaranmasına və rəqabətli mühitin formalaşmasına gətirib çıxaracaq. Bu isə öz növbəsində bazarda qalmaq, bazar payını artırmaq və böyümək istəyən müəssisələrdən güclü marketinq strategiyasının işlənib hazırlanmasını tələb edəcəkdir. Yeni bazar uğrunda aparılan kəskin rəqabət marketinq xidmətləri təqdim edən reklam müəssisələrinin də yeni sifarişlər alması deməkdir. Beləliklə, deyə bilərik ki, Azərbaycanda mövcud iqtisadi mühit marketinq fəaliyyətinin inkişafına münbit şərait yaradır.

S – Sociocultural (sosial-mədəni mühit)

Azərbaycan multikultural ölkə olmaqla bir çox millətlərin vətənidir. Ölkəmizdə yaşayan millətlərin sosial və mədəni normaları marketinq fəaliyyətlərini şərtləndirən vacib amillərdən biridir. İnsanların doğulduğu, böyüdüyü, yaşadığı, işlədiyi mühiti öyrənmək hədəf auditoriyanı tanımaq baxımından olduqça vacibdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

T – Technological (texnoloji mühit)
Elmi-texniki tərəqqinin yenilikləri artıq iqtisadiyyatın marketinq bölməsinə də tədbiq olunur. Marketinqdə əvvəl TV aparıcı idisə, hazırda sosial şəbəkələr, internet və mobil cihazlar dominant rola sahibdirlər. Hazırda 5G interneti sayəsində istənilən məlumatı birbaşa mobil cihaza ötürmək mümkündür, hansı ki, yaxın müddətə kimi MMS göndərməkdə çətinlik çəkirdik. Avtomatlaşdırılmış CRM sistemləri, onlayn alış-veriş imkanları, fərdiləşmiş internet reklamı kimi sahələri öz marketinqinə tədbiq etməkdə gecikən şirkətlər rəqabətdə uduzmağa məhkumdur (https://libguides.library.usyd.edu.au/c.php?g=508107&p=5994242).
Bu gün Azərbaycanda bütün bu texnoloji imkanlardan istifadə üçün hər bir şərait mövcuddur və düşünürük ki, şirkətlərin marketinqdə ETT-in təqdim etdiyi üstünlüklərdən məharətlə istifadəsi ölkəmizdə sektorun yaxın illərdə sürətli inkişafına səbəb olacaq.

Cədvəl 2. Reklam fəaliyyətinə dair əsas göstəricilər, min manatla.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə olunan gəlir, min manat	43,483.0	44,400.3	51,183.5	73,608.9	79,208.8	98,960.2
o cümlədən:						
reklam fəaliyyətindən	43,424.9	44,336.3	51,111.2	72,388.5	75,631.1	95 670,6
ondan:						
reklam informasiyasının hazırlanmasından	15,769.6	13,196.7	12 434,8	21,852.3	30,260.6	32 005,6
reklamın yerləşdirilməsindən	10,206.1	14,626.7	18 412,2	24,002.3	12,612.7	31 718,5
reklamın yayımlanmasından	17,449.2	16,512.9	20 264,2	26,533.9	32,757.8	31 946,5
ondan:						
açıq məkanda yayımlanan reklamdan	4,230.2	9,870.8	9 866,4	11,832.1	18,855.5	10 876,7
nəqliyyat vasitələrində yayımlanan reklamdan	2,306.7	1,957.3	2 650,6	2,970.1	2,058.9	6 271,3
kütləvi informasiya vasitələri və kütləvi tədbirlərdə yayımlanan reklamdan	10,912.3	4,684.8	7,747.2	11,731.7	11,843.4	14 798,5
ondan:						
teleradio proqramlarında	9,515.6	4,152.4	7,272.6	7,688.9	10,538.2	13 276,5
telekommunikasiya qurğuları və poçt göndərişləri ilə	1,247.7	487.8	474.5	1,048.1	281.6	118.3
dövri mətbu nəşrlərdə, yazılı bildirişlərdə, çap və audiovizual məhsullarda	149,1*	44,6*	0,1*	978.2	1,023.6	1 324,3
teatr tamaşası, kino, konsert və digər kütləvi tədbirlərdə	-	-	-	2,016.5	-	79.4
digər fəaliyyətdən	58.1	64.0	72.3	1,220.4	3,577.7	3 289,6
Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclər, min manat	40,237.6	37,649.5	44 695,7	63,350.8	77,571.3	87 080,3
ondan:						

reklam fəaliyyəti üzrə	36,580.9	37,464.3	40 526,3	54,792.2	66,172.7	72 849,5
Reklam xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə dair bağlanmış müqavilələrin sayı, vahid	6,240.0	5,469.0	8,858.0	13,527.0	14,088.0	16,816.0
Bağlanmış müqavilələrin dəyəri, min manatla	37,056.7	37,202.3	40 210,6	51,866.9	37,618.7	41 921,4

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/paid_services/

Cədvələ əsasən deyə bilərik ki, 2016-2021-ci illər intervalında məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə olunan gəlirin həcmində stabil artım müşahidə olunmuşdur. 2021-ci ildə reklam informasiyasının hazırlanmasından 32 005,6 min, reklamın yerləşdirilməsindən 31 718,5 min, reklamın yayımlanmasından isə 31 946,5 min manat gəlir əldə edilmişdir. Gəlirlərin əsas hissəsi kütləvi informasiya vasitələri və kütləvi tədbirlərdə yayımlanan reklamdan olmuşdur. 2021-ci ildə məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə olunan gəlir 98,960.2 min, Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclər isə 87 080,3 min manat təşkil etmişdir. 2017-2021-ci illər ərzində reklam xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə dair bağlanmış müqavilələrin sayında davamlı artım olmuşdur. Belə ki, 2017-ci ildə 5,469.0 ədəd, 2021-ci ildə isə 16,816.0 ədəd müqavilə bağlanılmışdır.

Marketinq texnologiyası ilk dəfə ixrac və idxalla məşğul olan müəssisələrdə tətbiq edilmişdir. Geyim, məişət texnikası, kompüter, avtomobil və bahalı xidmətlər bazarının yüksək keyfiyyətli məhsulları seqmentlərində fəaliyyət göstərən firmalarda marketinq böyük inkişaf etmişdir. Yaxın 10 ildə Azərbaycanda marketinqlə məşğul olan mütəxəssislərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Ölkəmizdə 5-ə yaxın, ABŞ-da isə 6-7 dəfə çox marketinq jurnalı nəşr olunur.

Azərbaycanada bu gün aktiv və passiv marketinqdən istifadə olunur. Birbaşa marketinq xüsusilə geniş istifadə olunur ki, bu da aktiv reklam, birbaşa poçt, müxtəlif reklam forumları, konfranslardır, burada mal və xidmətlərin keyfiyyətinin və strukturunun istehlakçılar tərəfindən qiymətləndirilməsi müəyyən edilir; ümumi əhali arasında sorğu; potensial müştəri ilə şəxsi ünsiyyət, onun ehtiyaclarının xüsusiyyətlərini öyrənmək. Çox vaxt passiv marketinqlə də rastlaşırıq, məsələn, şirkət və onun təqdim etdiyi xidmətlərin üstünlükləri haqqında mətbuatda dərc olunan yazılara. Yüksək keyfiyyətli strategiyanın formalaşdırılması üçün bazar, onun tədqiqi, işlənməsi və mal və xidmətlərin təklifi, habelə onların marketinqinin təşkili haqqında məlumatların mütəşəkkil toplanması lazımdır. Bazar haqqında toplanmış məlumatların təhlili əsasında şirkət öz strategiyasını formalaşdırır. Onun çərçivəsində mənimsənilmiş məhsulların istehlakçılara satılması, köhnə əmtəə və xidmətlərin köhnə bazarda yeni alıcılara təqdim edilməsi (penetrasiya strategiyası), inkişaf strategiyası (yeni bazarda artıq praktikada istifadə olunan malların satışı), məhsulların çeşidinin genişləndirilməsi və satış bazarlarının yenidən istiqamətləndirilməsi həyata keçirilir (https://stk.edu.az/upload/file/turizmin-marketinqi-ve-menecmenti.pdf).

Nəticə

Marketinq tələbləri malların və xidmətlərin satışı şəraitinin daimi öyrənilməsinə yönəlib və müəssisənin bütün bölmələrinin işinin əsasını təşkil edir. Azərbaycan kommersiya təşkilatlarının artan rəqabətin nəticəsi olan hədəf planlaşdırma imkanlarından, yeni texnologiyalardan getdikcə daha çox istifadə etməsi marketinq tədqiqatlarının və qurulmuş təcrübənin təhlilinin təsiri altındadır. Müasir marketinq daxildir (Pashayev K.P, 2010: s. 425):

1) yerli, milli və beynəlxalq bazarlarda və hər şeydən əvvəl şirkətin strategiyasına uyğun olaraq prioritet olan seqmentlərdə əmtəə və xidmətlərə tələb və təklifin təhlili; müştərilərə mal və xidmətlər təqdim etməkdə firmanın rolunun təyin edilməsi;
2) digər firmalarla müqayisədə təsərrüfat əməliyyatlarının həyata keçirilməsi üçün xərclərin nisbətinin müəyyən edilməsi;
3) reklam işinin müasir səviyyədə təşkili.

Ölkəmizdə marketinqin nisbətən yeni sahələri arasında xüsusi personalın fəal iştirakı olmadan satış nöqtələrində müəyyən marka və ya mal növlərinə müştəriləri cəlb etməklə pərakəndə satışın səviyyəsini yüksəltməyə yönəlmiş merçendayzinqi xüsusi qeyd etmək olar. Belə ki, çox sayda satıcı uğurlu satışın göstəricisi deyil, çünki onlar hələ də bütün alıcılara düzgün məhsulu almağa kömək edə bilməyəcəklər. Merçendayzinq məhsulu istehlakçı və satıcı üçün daha əlçatan edir. Bu istiqamətin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, mağazalarda malların düzgün nümayişi vacib və zəruridir, bu, alıcıya şirkətin malları haqqında xatırlatma rolunu oynayır və satın alarkən qərara təsir göstərir. Həmçinin, müştərilərə kömək etmək üçün promouterlər mağazalarda işləyir, yeni məhsullar, promosyonlar haqqında danışırlar və malları nümayiş etdirirlər. Qeyd edək ki, respublikamızda merçendayzinq daha çox supermarketlər tərəfindən istifadə edilir.

ƏDƏBİYYAT

1. Pashayev K.P. Kommersiya faaliyyatinin asaslari. Darslik. Bakı, 20112.
2. Eugeniusz Michalski. “Marketing management of enterprise”, Koszalin University of Technology. London, 2016
3. Vesnin V.R. Strategicheskiy upravleniye: uchebnik. Moskva, 2014
4. Kravchenko L.A., Kuznetsov P.D. Marketingovaya strategiya predpriyatiya: osnovniye printsipi i faktori formirovaniya. Nauchniy jurnal: Finansi, banki, investitsii. Moskva, 2017,
5. Kudenko N.V. Printsipi strategicheskogo marketinga / Ucheniye zapiski KNEUim. V. Getman / Sbornik nauchnykh trudov. Moskva, 2012.
6. Lamben J.J. Menedjment, oriyentirovanniy na rinok SPb.: Piter, 2010
7. https://www.academia.edu/23919285/Marketinq
8. https://stk.edu.az/upload/file/turizmin-marketinqi-ve-menecmenti.pdf
9. http://cyberleninka.ru/article/n/faktoryformirovaniya-marketingovoy-strategii-predpriyatiya (дата обращения: 03.03.2017).
10. https://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site1238/html/media66811/063-Kozlov.pdf
11. https://www.researchgate.net/publication/354023883_marketing_approach_to_the_formation_of_management_system_for_enterprise_strategic_development_in_the_context_of_globalisation
12. business-inform.net/pdf/2011/9_0/194_197.pdf
13. https://president.az/az/articles/view/21297
14. https://libguides.library.usyd.edu.au/c.php?g=508107&p=5994242
15. https://files.preslib.az/projects/azerbaijan/gl4.pdf
16. https://www.trend.az/life/socium/922176.html
17. https://adra.gov.az/az/page/about
18. https://www.stat.gov.az/source/paid_services/

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Тарлан Новрасли[1], Эльгун Рзазаде[2]
[1]Доктор философских наук в области политических наук, доцент
[2]Магистрант, elgunrzazada@gmail.com
[1,2] Азербайджанский Государственный Экономический Университет
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский Государственный Экономический Университет

РЕЗЮМЕ

Стратегический маркетинг определяется как процесс, характеризующийся тем, что приоритетами стратегической деятельности предприятия являются его виды бизнеса, стратегические решения относительно товара и рынка, а также принципы сегментирования, выбора и позиционирования целевых сегментов. В компаниях целью большинства стратегий является рост. Стратегии концентрированного роста дают возможность ответить на вопросы о том, в каком направлении должно развиваться предприятие, чтобы лучше отвечать требованиям рынка, а также о том, достаточно ли для этого личных ресурсов или необходимо идти на зарубежные закупки. Реализация стратегий предполагает превращение стратегического плана компании в конкретные действия, а затем в результаты. Реализация принципа базирования на стратегическом маркетинговом анализе требует создания соответствующей системы стратегического анализа. В то же время концепция маркетинговой стратегии отказывается от жестких правил годового планирования и требует создания более мобильной периодической системы сбора, анализа данных и принятия стратегических решений. Концепции, модели и методология стратегического анализа помогают получить и проанализировать информацию для решения стратегических задач, предложить разработку соответствующих альтернативных маркетинговых стратегий предприятия на основе изучения рыночных возможностей и угроз.
Маркетинговая стратегия-это комплекс долгосрочных решений о том, как удовлетворить потребности существующих и потенциальных клиентов предприятия, используя его внутренние ресурсы и внешние возможности. При формировании маркетинговых стратегий целесообразно исходить из оценки основных рыночных и экономических факторов и анализа имеющегося стратегического потенциала. Одним из важных факторов развития маркетинга в Азербайджане является государственная поддержка. Государство имеет ряд законов и указов в этой области. Если это будет продолжаться, это даст мощный толчок развитию маркетинга в Азербайджане. При изучении маркетинга в Азербайджане неправильно сравнивать его напрямую с развитыми странами. Прежде всего, необходимо сравнить сравнение с нашей страной со странами с аналогичными характеристиками. Самый яркий пример-это тоже постсоветские страны. Так, сравнивая эти страны, можно увидеть, что Азербайджан занимает важное место среди постсоветских стран.
Статья посвящена вопросам анализа особенностей применения маркетинга в управлении предприятиями. При этом маркетинговая стратегия предприятия рассматривалась как ключевой элемент интеграции маркетинга в управление бизнесом, а также был проведен PEST-и SWOT-анализ современного состояния маркетинговой деятельности на предприятиях Азербайджана.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Ключевые слова: стратегический маркетинг, компания, экономическая среда, рынок, конкуренция

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-70

E-ISSN: 2674-5224
85-99 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND GREEN ECONOMY

Shafa Guliyeva[1], Aliaf Jabbarov[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1] Professor, Doctor of Economic Sciences,
[2] Master student, cabbarovali45@gmail.com

ABSTRACT

The concept of" sustainable development " was introduced in 1987 after the publication of the report of the United Nations International Commission on Environment and development. This is a set of measures aimed at meeting the needs of people without harming the environment. Sustainable development is concerned with maintaining a balance between economic, environmental and social components.The task of the green economy is to integrate them into each other and smooth out the existing contradictions. The world has faced problems in all three dimensions of Sustainable Development – Economic, Social and environmental. Although the Millennium Development Goals have focused on selected social and human development priorities, today the world is witnessing emerging problems.

"Green" economy is an interpretation of the concept of Sustainable Development, which includes issues of economic, social and environmental development. We are talking about the creation of an economic system that combines environmental and social factors. Green economy implies diversification of the economy and qualitative growth of GDP instead of quantitative. One of the accepted characteristics of the green economy is to ensure a fair and sustainable, better quality of life for all within the ecological borders of the planet. A green economy means green technologies, green GDP and green jobs for better quality of life.

The concept of Green Development acts as the first stage of the transition to sustainable development, both at the country and global levels.According to the Green Development Concept, these principles are integrated into the strategic planning process for the development of national economies through the following mechanisms:

- reforms in the system of budget relations through the introduction of environmental taxes;
- implementation of sustainable production and consumption models;
- development of "green business";
- formation of sustainable infrastructure.

Global financial, energy and climate crises have created an urgent need to find new models of economic growth aimed not at consumption and increasing material wealth, but at Sustainable Development. The global financial crisis has clearly demonstrated the instability of the modern financial and economic system and has given the world community special relevance in order to achieve economic growth, to find an alternative model, taking into account environmental safety factors. In this regard, the concept of green development, first presented in 2012 at the 5th Conference of the Ministers of Environmental Protection of the Asia-Pacific region in Seoul, is one of the approaches to ensuring the balance of environmental and economic development. The concept of "green development" is based on the use of four principles:

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

-the principle of eco-efficiency, which implies the maximization of the beneficial properties of goods and services, while minimizing the impact on the environment throughout the entire life cycle of products;
- the principle of resource conservation involves the adoption of management decisions taking into account the need to protect natural resources;
- the principle of unity implies the Coordination of the actions of all subjects of the national economy involved in the development process;
- the principle of intersectoral dependence means the involvement of representatives of different strata of society in the decision-making process.
The article provides a synergistic analysis of sustainable socio-economic development and the development of the green economy. The study involved the factors of environmentally sustainable development and "green" economy, obstacles that slow down the process of greening, the main directions of the development of the green economy, the results of the effectiveness of the “green economy” model, the conditions of the transition to a green economy, the analysis of strengths and weaknesses, opportunities and dangers of Sustainable Development Strategies.
Keywords: sustainable development, green economy, green business, ecology, SWOT analysis.

DAYANIQLI SOSIAL-IQTISADI INKIŞAF VƏ YAŞIL IQTISADIYYAT

Şəfa Quliyeva[1], Əliəf Cabbarov[2]
[1,2] “İqtisadi və texnoloji elmlər” kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]Professor, İqtisad üzrə elmlər doktoru,
[2]Magistr tələbəsi, cabbarovali45@gmail.com

XÜLASƏ

“Dayanıqlı inkişaf” anlayışı 1987-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ətraf Mühit və İnkişaf üzrə Beynəlxalq Komissiyasının hesabatının dərcindən sonra istifadəyə verilmişdir. Bu, ətraf mühitə zərər vermədən insanların ehtiyaclarını ödəməyə yönəlmiş tədbirlər kompleksidir. Davamlı inkişaf iqtisadi, ekoloji və sosial komponentlər arasında tarazlığın qorunması ilə məşğuldur.Yaşıl iqtisadiyyatın vəzifəsi onları bir-birinə inteqrasiya etmək və mövcud ziddiyyətləri düzəltməkdir. Dünya Davamlı İnkişafın hər üç ölçüsündə – İqtisadi, Sosial və Ekoloji sahədə problemlərlə üzləşib. Minilliyin İnkişaf Məqsədləri diqqəti seçilmiş sosial və insan inkişafı prioritetlərinə yönəltsə də, bu gün dünya yeni yaranan problemlərin şahidi olur.
Yaşıl iqtisadiyyat iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini və ÜDM-in kəmiyyət əvəzinə keyfiyyətcə artımını nəzərdə tutur. Yaşıl İqtisadiyyatın qəbul edilmiş xüsusiyyətlərindən biri də ədalətli və davamlı, planetin ekoloji sərhədləri daxilində hamı üçün daha yaxşı həyat keyfiyyətini təmin etməkdir. Yaşıl iqtisadiyyat daha yaxşı həyat keyfiyyəti üçün yaşıl texnologiyalar, yaşıl ÜDM və yaşıl iş yerləri deməkdir.
Tədqiqatda ekoloji cəhətdən davamlı inkişafın və "yaşıl" iqtisadiyyatın amilləri, yaşıllaşdırma prosesini ləngidən maneələr, Yaşıl iqtisadiyyatın inkişafının əsas istiqamətləri, “Yaşıl iqtisadiyyat” modelinin effektivliyinin nəticələri, Yaşıl iqtisadiyyata keçidin şərtləri, davamlı inkişaf strategiyalarının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrinin analizi araşdırmaya cəlb edilmişdir.

Açar sözlər: davamlı inkişaf, yaşıl iqtisadiyyat, yaşıl biznes, ekologiya, SWOT təhlil

Giriş

Qlobal maliyyə, enerji və iqlim böhranları istehlaka və maddi sərvətlərin artırılmasına deyil, dayanıqlı inkişafa yönəlmiş yeni iqtisadi artım modellərinin tapılmasına təcili ehtiyac yaradıb. Qlobal maliyyə böhranı müasir maliyyə-iqtisadi sistemin qeyri-sabitliyini əyani şəkildə nümayiş etdirdi və dünya ictimaiyyətini ekoloji təhlükəsizlik amilləri nəzərə alınmaqla iqtisadi artıma nail olmaq, alternativ model tapmaq üçün xüsusi aktuallıq kəsb etdi. Bu baxımdan ilk dəfə 2012-ci ildə Seulda Asiya-Sakit Okean regionunun ətraf mühitin mühafizəsi nazirlərinin 5-ci konfransında təqdim edilmiş Yaşıl İnkişaf Konsepsiyası ekoloji və iqtisadi inkişafın tarazlığını təmin edən yanaşmalardan biridir.

"Yaşıl inkişaf" konsepsiyası dörd prinsipin istifadəsinə əsaslanır:

- məhsulların bütün həyat dövrü ərzində ətraf mühitə təsirini minimuma endirməklə, mal və xidmətlərin faydalı xassələrinin maksimuma çatdırılmasını nəzərdə tutan eko-səmərəlilik prinsipi;
- resursların mühafizəsi prinsipi təbii sərvətlərin qorunması zərurətini nəzərə almaqla idarəetmə qərarlarının qəbulunu nəzərdə tutur;
- birlik prinsipi inkişaf prosesində iştirak edən xalq təsərrüfatının bütün subyektlərinin hərəkətlərinin əlaqələndirilməsini nəzərdə tutur;
- sektorlararası asılılıq prinsipi cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinin nümayəndələrinin qərarların qəbulu prosesinə cəlb edilməsi deməkdir.

Məqsəd

Məqalənin yazılmasında əsas məqsəd dayanıqlı sosial-iqtisadi inkişaf və yaşıl iqtisadiyyatın inkişafının sinergetik təhlilini verməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Son illərdə "yaşıl" iqtisadiyyat ideyası təkcə ekoloji iqtisadçılar tərəfindən deyil, həm də müxtəlif siyasi forumlarda geniş müzakirə olunur. Bu ideya dövlət başçıları və maliyyə nazirləri tərəfindən, eləcə də G20-nin birgə bəyanatlarında getdikcə daha çox xatırlanır, davamlı inkişaf və yoxsulluğun aradan qaldırılması kontekstində müzakirə olunur. Ən çox yayılmış iqtisadi modeldən və ya "qəhvəyi" iqtisadiyyatdan artan məyusluq, eləcə də yeni əsrin ilk onilliyində müşahidə olunan çoxsaylı böhranlar və bazar uğursuzluqları nəticəsində yaranan yorğunluq hissi, xüsusilə 2008-ci ilin maliyyə və iqtisadi böhranı yaşıl iqtisadiyyat konsepsiyasına marağın artmasına töhfə verdi. Bu mövzuda araşdırma aparılması günün tələbləri səviyyəsində aktuallıq kəsb edən məsələdir.

Metodlar

Tədqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur ki, bunlardan analiz, sintez, eyni zamanda müqayisəli təhlil, təsnifat, qruplaşdırma, sistemli yanaşma metodlarını qeyd edə bilərik. Məqalədə yaşıl iqtisadiyyata keçid və dayanıqlı inkişaf yönümlü SWOT təhlil aparılmışdır. Bu təhlil nəticəsində yaşıl iqtisadiyyata keçidin müsbət və mənfi tərəfləri öyrənilmiş, bu sahədə əldə edilə bilən imkanlar və təhlükələr araşdırılmışdır.

"Yaşıl" iqtisadiyyat iqtisadi, sosial və ekoloji inkişaf məsələlərini özündə birləşdirən davamlı inkişaf konsepsiyasının təfsiridir. Söhbət ətraf mühit və sosial amilləri özündə birləşdirən iqtisadi sistemin yaradılmasından gedir. Bu, ətraf mühitə təzyiqi azaltmalı, təbii ekosistemlərin qorunub

saxlanmasına və bərpasına kömək etməli və təbii kapitalı artırmalıdır. Həmçinin, "yaşıl" iqtisadiyyat tədbirləri bərabərsizliyin azaldılmasını, həyat keyfiyyətinin, iş şəraitinin və sosial xidmətlərin əlçatanlığının yaxşılaşdırılmasını nəzərdə tutur (Ganbat Kh., Popova I., Potravnyy I., 2016, P.69–83).

2020-ci il bir çox ölkələrin "yaşıl" inkişaf planlarına əhəmiyyətli düzəlişlər etdi, belə ki, qlobal iqtisadiyyatın yaşıllaşdırılması və karbonsuzlaşdırılması istiqamətində ciddi dönüş gözlənilmir. Bir çox cəhətdən pandemiya və onu müşayiət edən məhdudiyyətlər indiki ekoloji problemləri daha da kəskinləşdirdi. Bir tərəfdən, biz ölkələrin koordinasiyalı fəaliyyətinin iqtisadi sektorları necə tez bağlaya biləcəyini və çirkləndiricilərin və istixana qazlarının emissiyalarına dolayı təsir göstərdiyini gördük. Məsələn, şəhər və ölkələr daxilində hava nəqliyyatına və hərəkətə qadağalar, bir sıra müəssisələrin müvəqqəti dayandırılması və kütləvi şəkildə uzaqdan işləməyə keçid enerji istehlakının müvəqqəti azalmasına və istixana qazlarının tullantılarının azalmasına səbəb olub. Digər tərəfdən, birdəfəlik qablaşdırma və tibbi tullantılar da daxil olmaqla tullantıların miqdarında kəskin artım müşahidə etdik. Üçüncü tərəfdən, pandemiya ekoloji risklər və təhdidlər, o cümlədən iqlim dəyişikliyinin mənfi təsirləri və biomüxtəlifliyin itirilməsi ilə bağlı söhbətləri intensivləşdirib. Və nəhayət, dördüncüsü, iqtisadiyyatların "yenidən başlaması" üçün "yaşıl" komponentin mühüm rol oynamalı olduğu yeni həllər tələb olunacaq. Burada qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra ölkələr (o cümlədən Aİ) ekoloji və iqlim komponentlərini COVİD-dən sonrakı iqtisadi bərpa paketlərinə daxil etmək niyyətlərini artıq təsdiqləyiblər (Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın esas sektorları uzre Strateji Yol Xeriteleri).

Bütün iqtisadiyyatın "yaşıllaşdırılmasına" töhfə verən əsas fəaliyyət sektorları və həyata keçirmə alətləri aşağıdakı strukturda göstərilmişdir:

1. Meşə sektoru, biomüxtəliflik. Meşə sektoru daha çox ağac əldə etməyə deyil, turizmin inkişafını, meşələrin və meşə ekosistemlərinin su qoruyucu və iqlim yaradan rolunu təmin edən ekosistem xidmətlərinin mülayim və qənaətlə istismarına yönəldilməlidir.
2. "Yaşıl" kənd təsərrüfatı. Kənd təsərrüfatı tədricən aqrokimyəvi yükü, zərərvericilərə və xəstəliklərə qarşı kompleks mübarizəni, eroziyaya qarşı texnologiyaları azaltmaqla daha az su tutumlu əkinlərə keçməlidir. Siyasət dəyişiklikləri ilk növbədə dayanıqlı olmayan kənd təsərrüfatının həqiqi dəyərini təhrif edən ətraf mühitə ziyan vuran subsidiyaların azaldılmasına və nəticədə ləğv edilməsinə yönəldilməlidir. "Yaşıl" kənd təsərrüfatı texnologiyaları xüsusilə kiçik təsərrüfatlarda məhsuldarlığı əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər (Potravniy I.M., Gengut I.B., Davaakhu Nyamdorj, 2016: p. 52–55).
3. Su ehtiyatlarının davamlı idarə olunması. Sudan istifadənin mövcud formalarının ssenarisi şirin suya olan tələbatı ödəməyə imkan vermir. İslahatlar torpaqdan istifadə üzrə institusional tədbirlərin təkmilləşdirilməsinə, habelə yardımın göstərilməsi və vəsaitlərin ayrılması sistemlərinin təkmilləşdirilməsinə yönəldilə bilər.
4. Balıqçılıq sektoru. Təbii su hövzələrində balıq ehtiyatlarının getdikcə tükənməsinin qarşısını almaq üçün yığcam su anbarlarında əmtəəlik balıqçılıq təsərrüfatlarının inkişaf etdirilməsi, iri su anbarlarında ov həcminin ciddi tənzimlənməsi, balıq ehtiyatının artırılması, o cümlədən balıqların alternativ dolanışıq mənbələrinin inkişafına investisiyaların yatırılması tövsiyə olunur. Balıqçılıq sektorunun yaşıllaşdırılmasının faydalarının indiki dəyərinin tələb olunan investisiyanın təxminən 3-5 qatı olduğu təxmin edilir
5. Bərpa olunan enerji mənbələri. Bərpa olunan enerji texnologiyaları və əlaqədar enerji siyasətlərinin aşağı gəlirli bölgələrdə, xüsusən də elektrik şəbəkələrindən uzaqda olan insanların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə və sağlamlığının yaxşılaşdırılmasına əhəmiyyətli töhfə

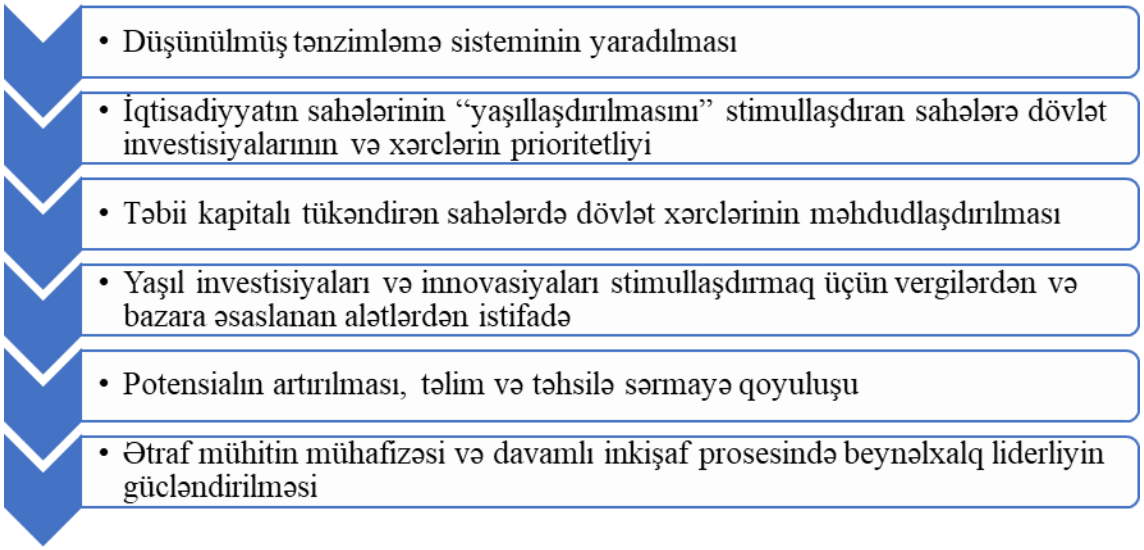
verəcəyi gözlənilir. Effektiv həllərə təmiz biokütlənin və şəbəkədən kənar günəş fotovoltaik cihazlarının istifadəsi daxildir, bunlar aşağı əməliyyat xərcləri və çevik kiçik miqyaslı yerləşdirmə ilə xarakterizə olunur (Pirojenko. Ye. A.,2017,c. 104).

6. Turizmin inkişafı. Turizmin inkişafı yerli iqtisadiyyatın inkişafına kömək edir və yoxsulluğu azaldır. Turistlər sektorun "yaşıllaşdırılmasının" hərəkətverici qüvvəsidir, bunu ekoturizmdə illik 20% artımı sübut edir. Səyahət və turizm 230 milyon insanı və ya qlobal işçi qüvvəsinin 8%-ni işlədən insan resursları tələb edən sənayelərdir. Əsas turizm sənayesində bir iş turizmlə əlaqəli sənayelərdə təxminən bir yarım əlavə və ya dolayı iş yeri yaradır.

7. Tullantıların idarə edilməsi və təkrar emalı. Tullantıların idarə edilməsi və təkrar emalı sahəsində məşğulluq əhalinin və gəlirlərin artması ilə əlaqədar tullantıların miqdarının artması hesabına artacaq.

UNEP yaşıl iqtisadiyyata keçid üçün aşağıdakı əlverişli şərtləri sadalayır (Sxem 1):

Sxem 1. Yaşıl iqtisadiyyata keçidin şərtləri


• Düşünülmüş tənzimləmə sisteminin yaradılması
• İqtisadiyyatın sahələrinin "yaşıllaşdırılmasını" stimullaşdıran sahələrə dövlət investisiyalarının və xərclərin prioritetliyi
• Təbii kapitalı tükəndirən sahələrdə dövlət xərclərinin məhdudlaşdırılması
• Yaşıl investisiyaları və innovasiyaları stimullaşdırmaq üçün vergilərdən və bazara əsaslanan alətlərdən istifadə
• Potensialın artırılması, təlim və təhsilə sərmayə qoyuluşu
• Ətraf mühitin mühafizəsi və davamlı inkişaf prosesində beynəlxalq liderliyin gücləndirilməsi

Mənbə:https://www.eea.europa.eu/themes/economy/intro
https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy

Aşağıdakı cədvəldə isə "Yaşıl iqtisadiyyat" modelinin effektivliyi ilə bağlı əsas nəticələr qeyd edilmişdir:

Cədvəl 1. "Yaşıl iqtisadiyyat" modelinin effektivliyinin nəticələri

1.	**Yaşıl iqtisadiyyat təbii kapitalın dəyərini tanıyır və ona investisiya qoyur**
2.	"Yaşıl" iqtisadiyyata keçid yoxsulluğun azaldılması üçün ən mühüm şərtdir
3.	Yaşıl iqtisadiyyat iş yerləri yaradır və sosial bərabərliyi yaxşılaşdırır
4.	Yaşıl iqtisadiyyat qalıq yanacaqları bərpa olunan enerji mənbələri və aşağı karbon texnologiyaları ilə əvəz edir
5.	"Yaşıl" iqtisadiyyat resurslardan və enerjidən səmərəli istifadəyə töhfə verir

6.	"Yaşıl" iqtisadiyyat şəhərlərin davamlı inkişafı üçün daha əlverişlidir və atmosferə karbon emissiyalarını azaldır
7.	Gələcəkdə yaşıl iqtisadiyyat qəhvəyi iqtisadiyyatdan daha sürətli inkişaf edəcək, təbii kapital isə qorunub bərpa olunacaq.

Mənbə: https://www.futurelearn.com/info/courses/sustainability-society-and-you/0/steps/4644

"Yaşıl iqtisadiyyat" və "davamlı inkişaf" modellərinin əsas xarakteristikalarının müqayisəsi birinci təxmində tapşırıqların strukturunda və icra alətlərində hər hansı əsaslı fərqlərin olmadığını göstərir.

Yaşıl İnkişaf konsepsiyası həm ölkə, həm də qlobal səviyyədə davamlı inkişafa keçidin birinci mərhələsi kimi çıxış edir.Yaşıl İnkişaf Konsepsiyasına əsasən, bu prinsiplər aşağıdakı mexanizmlər vasitəsilə milli iqtisadiyyatların inkişafı üçün strateji planlaşdırma prosesinə inteqrasiya olunur: (Consoli D., Marin G., Marzucchi A., Vona F.,2016, P.1046–1060).

- ekoloji vergilərin tətbiqi yolu ilə büdcə münasibətləri sistemində islahatların aparılması;
- davamlı istehsal və istehlak modellərinin tətbiqi;
- "yaşıl biznesin" inkişafı;
- dayanıqlı infrastrukturun formalaşdırılması.

Birinci mexanizmin - ekoloji vergilərin tətbiqi yolu ilə büdcə münasibətləri sisteminin islahatının həyata keçirilməsi vergi yükünü ənənəvi fəaliyyətdən ətraf mühiti çirkləndirən sənaye sahələrinə köçürməyə imkan verir. İstehlakçılardan dövlət qurumlarına qədər iqtisadi münasibətlərin bütün iştirakçılarının maraqlarına toxunan bu tədbir ətraf mühitə yükü minimuma endirəcək və eyni zamanda strateji planda nəzərdə tutulmuş parametrlər çərçivəsində iqtisadi artımı təmin edəcək.

Ekovergilərin tətbiqinin əsas məqsədi vergi yükünün sosial əhəmiyyətli fəaliyyətlərdən (məsələn, əhalinin məşğulluğundan) ətraf mühitə zərərli fəaliyyətlərə yenidən bölüşdürülməsidir. Bundan əlavə, ekoloji təmiz fəaliyyətin inkişafına investisiyaların artırılmasına, məsələn, iri şəhərlərdə havanın çirklənməsinin azaldılması üçün nəqliyyat infrastrukturunun yaxşılaşdırılmasına və ictimai nəqliyyatın inkişafına investisiyaların artırılması üçün büdcə vəsaitlərinin yenidən bölüşdürülməsi də vergi sistemində islahatların aparılması tədbirlərindən biridir. Məqsəd vergi yükünü artırmaq deyil, ətraf mühitin mühafizəsi və gələcək nəsillər üçün təbii kapitalın qorunması üçün təsirli və səmərəli tədbirlər görməkdir.

Ekovergilər səmərəli, sosial və ekoloji yönümlü fiskal sistemin yaradılması üçün ən təsirli vasitədir. Onun əsas prinsipləri istehsal xərclərinin daxililəşdirilməsi və gəlirin bərabər bölüşdürülməsidir. Beləliklə, ekovergilərin tətbiqi ümumi vergi yükünü artırmır, əksinə onun cəmiyyət daxilində yenidən bölüşdürülməsinə kömək edir və eyni zamanda təbiətə ekoloji ziyanı azaldır (Gengut I.,Alnykina E., Davaakhuu N., Potravnyy I.,2015: p. 140–150).

"Yaşıl inkişaf" prinsiplərinin həyata keçirilməsinin növbəti mexanizmi dayanıqlı istehsal və istehlak modellərinin formalaşdırılmasıdır. Məlum olduğu kimi, istehsal və istehlak üsulları istənilən növ iqtisadiyyatın əsas mühərrikləridir və buna uyğun faktiki olaraq iqtisadi artımın keyfiyyətini müəyyən edir. Normativ bazaların və standartların inkişafı və xammalın qiymətlərinin artması istehsalçıların daha təmiz, ekoloji cəhətdən daha davamlı istehsal prosesində maraqlı olmasına səbəb ola bilər.

Biznes üçün dayanıqlı strategiyalar əsasən hökumətlərin təzyiqi, korporativ maraqların ödənilməsi zərurəti və ictimaiyyətin, o cümlədən istehlakçıların, qeyri-hökumət təşkilatlarının və s.-nin

şirkətlərin fəaliyyəti haqqında məlumatlara artan ehtiyacı səbəbindən hazırlanır.Beləliklə, "yaşıl biznes"in aparılması biznesə rəqabət qabiliyyətini artırmağa imkan verən uğurlu bazar strategiyasıdır. "Yaşıl biznesin" inkişafına vergi güzəştlərinin verilməsi, sahibkarları ekoloji təmiz texnologiyaların istehsalata tətbiqinə və ekoloji təmiz məhsul istehsalına həvəsləndirmək üçün inzibati maneələrin yumşaldılması yolu ilə əldə edilir. Demək olar ki, bütün kommersiya və qeyri-kommersiya təşkilatları, o cümlədən dövlət şirkətləri "yaşıl biznes" siyasətinin tətbiqi zamanı oxşar problemlərlə üzləşirlər ki, bu da aşağıdakı kimi təqdim edilə bilər:

- kapitalın qısamüddətli mənfəətlə inkişafa uzunmüddətli investisiyalar arasında bölüşdürülməsi;
- sahibkarlar, o cümlədən səhmdarlar və menecerlər tərəfindən "yaşıl strategiyalar"ın həlledici olduğu, lakin indiki vaxt üçün deyil, gələcək nəsillər üçün yanlış təsəvvürlər;
- davamlılıq strategiyalarının, o cümlədən monitorinqin inkişafı;
- yaşıl biznesin inkişafı və audit xidmətləri üçün xərclərdən daha sürətli şirkətin gəlirliliyini artırmağa imkan verən idarəetmə sisteminin yaradılması artacaq.

Ümumiyyətlə, "yaşıl biznes" və davamlı istehlak əhalinin rifahının yaxşılaşdırılmasında və ətraf mühitin qorunmasında fundamental elementlərdir."Yaşıl artım"ın mühüm aləti gələcək nəsillərin bu resursdan məhrum olmaması üçün təbii ehtiyatlardan səmərəli istifadəyə imkan verən davamlı sənaye və sosial infrastrukturun formalaşdırılmasıdır. Beləliklə, urbanizasiya prosesləri heç də həmişə səmərəli infrastrukturun inkişafı ilə müşayiət olunmur, eyni zamanda dayanıqlı infrastruktura investisiyalar təbii mühitin qorunmasını və nəticədə iqtisadiyyatın davamlı inkişafını təmin edə bilər (Chen W., Chen J., Xu D., Liu J., Niu N., 2017, P. 648–656).

Aşağıda ekoloji cəhətdən davamlı inkişafın və yaşıl iqtisadiyyatın amilləri öyrənilmişdir (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Ekoloji cəhətdən davamlı inkişafın və "yaşıl" iqtisadiyyatın amilləri

<table>
<tr><td>CƏMİYYƏT</td><td>DÖVLƏT</td><td>BİZNESİ</td></tr>
<tr><td>Davamlı həyat tərzi mədəniyyətinin qurulması</td><td>İqtisadiyyatın modernləşdirilməsinə ehtiyac</td><td>Biznesin ekoloji tənzimlənməsinin inkişafı</td></tr>
<tr><td>Ekoloji fəallığın inkişafı</td><td>Davamlı inkişaf sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıqda iştirak</td><td>Yaşıl biznes imkanlarının yaranması</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Eko-könüllülüyün populyarlaşması</td><td>Beynəlxalq dövlət layihələrinin həyata keçirilməsi əhəmiyyəti</td><td rowspan="2">"Dayanıqlı" davranış norma və standartlarının təbliği
Biznes</td></tr>
<tr><td>Şəhər inkişafında ekoloji davamlılığa nail olmaq</td></tr>
<tr><td colspan="3">ƏMƏK FAKTORLARI</td></tr>
<tr><td colspan="3">EUR və GE-ni təşviq edən yeni texnologiyalardan istifadə</td></tr>
<tr><td colspan="3">Ekoloji problemlərin aktuallaşması</td></tr>
</table>

Mənbə: Kiryushin P.A., Lomonosova M.B. (2019), p. 122

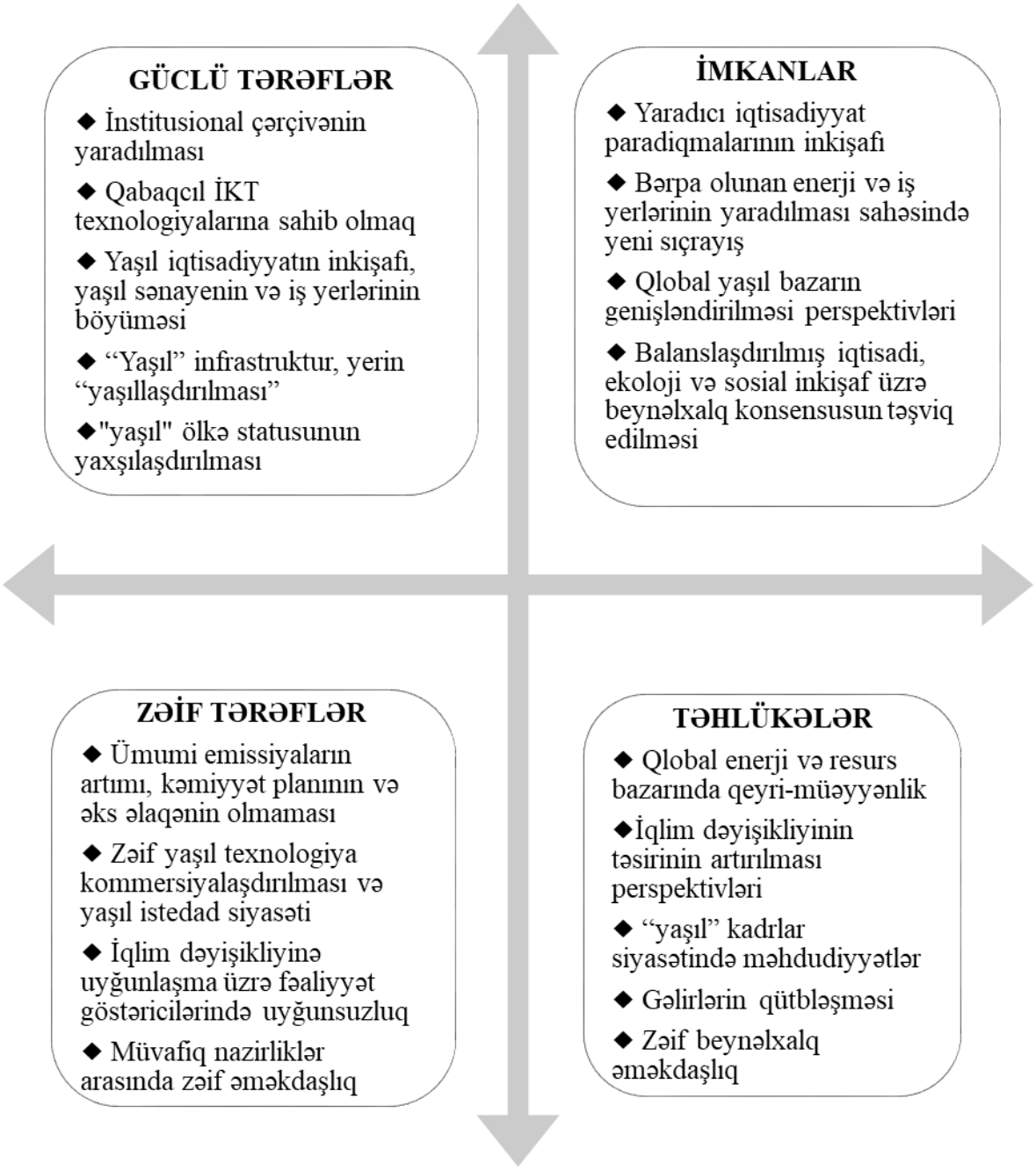
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Ekoloji cəhətdən davamlı inkişaf və "yaşıl" iqtisadiyyat amillərinin təhlili belədir:
1. Ekoloji cəhətdən təmiz həyat tərzi mədəniyyətinin formalaşdırılması. Bu kontekstdə ekoloji cəhətdən təmiz həyat tərzinin (ESL) nümayəndələri gündəlik davranışda reallaşdıran EUR və GE nailiyyətlərinə uyğun dəyərlərin daşıyıcıları hesab olunurlar. EUR və GE üçün ekoloji cəhətdən təmiz həyat tərzi faktorunun əhəmiyyəti aşağıdakı səbəblərlə müəyyən edilə bilər.
2. Ekoloji fəallığın inkişafı. Əgər EO nümayəndələri EUR və GE üçün zəruri təməl olan "sosial baza" kimi çıxış edə bilirlərsə, o zaman eko-aktivistlər müvafiq dəyişikliklərin aparıcıları ola bilərlər. Burada ekoloji fəallar yeni layihələr yaradaraq, dövlət, biznes və cəmiyyətlə fəal qarşılıqlı əlaqədə olmaqla ekoloji dəyişikliklərin həyata keçirilməsinə töhfə verənlər kimi görünürlər.
3. Eko-könüllülüyün populyarlaşdırılması. Baxmayaraq ki, eko-könüllülük ekoaktivizmlə əlaqələndirilir, lakin bu tədqiqatın kontekstində o, mütləq uzunmüddətli sistem dəyişikliklərinə yönəldilmir, əksinə, cəmiyyətin ekoloji təşəbbüslərdə təmənnasız iştirak etmək istəyini xarakterizə edir.
4. İqtisadiyyatın modernləşdirilməsi zərurəti. Bəzi müəlliflərin fikrincə, EUR və GE Rusiya iqtisadiyyatının inkişafının strateji məqsədlərinə uyğundur. Birincisi, Avro və SE xammaldan asılılığın azaldılmasını nəzərdə tutur. İkincisi, EUR və GE-nin yeni texnologiyaları və sahələri - bərpa olunan enerji, tullantıların emalı, ekoloji cəhətdən təmiz nəqliyyat, elektrik maşınları, "yaşıl" tikinti və s. - açıq şəkildə yeni iqtisadiyyatın bir hissəsi ola bilər. Üçüncüsü, bu texnologiyalar və istiqamətlər inkişaf etmədən, digər ölkələrlə müqayisədə ölkəmizdə inkişafda ciddi ləngimə riski var.
5. Davamlı inkişaf sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıqda iştirak. Bir tərəfdən, EUR və GE gündəliyi ənənəvi olaraq beynəlxalq səviyyədə formalaşır. Digər tərəfdən, dövlətimizin beynəlxalq əməkdaşlıqda fəal iştirakı müxtəlif mövzularda, o cümlədən Avro və GE sahəsində qarşılıqlı fəaliyyəti nəzərdə tutur. Baxmayaraq ki, ölkəmizin iştirakı ilk baxışdan açıq-aşkar uzunmüddətli nəticələr verməsə də, iştirak faktı artıq müəyyən presedent yaradır. Beynəlxalq iştirak həm də dövlətimizin ekoloji potensialının reallaşdırılmasına imkanlar yaradır.
6. Beynəlxalq əhəmiyyətli dövlət layihələrinin həyata keçirilməsi. Beynəlxalq miqyaslı bəzi layihələri də beynəlxalq ekoloji tələblərə uyğun olmalıdır. Belə layihələrə, məsələn, Soçidə 2014-cü il Olimpiadası və ya 2018-ci ildə FİFA Dünya Kubokunun Finalı daxildir. Rəsmi sənədlərə əsasən, onlar "yaşıl" tikinti və dayanıqlı planlaşdırma sahəsində müvafiq beynəlxalq tələblərin yerinə yetirilməsini, enerjiyə qənaət edən texnologiyalardan istifadəni, tullantıların idarə olunmasının təşkilini, eko-tədbirlərin keçirilməsini, ətraf mühitin mühafizəsinin minimuma endirilməsini tələb ediblər. Elan edilmiş ekoloji təsirə malik beynəlxalq əhəmiyyətli digər layihə Skolkovo innovasiya mərkəzinin ərazisində "yaşıl" tikinti tələblərinin həyata keçirilməsidir ki, bu da yaşıl "bina" üçün "dəb" yaratmalıdır. Beynəlxalq layihələrin həyata keçirilməsi həqiqətən də EUR və GE-yə nail olmaq baxımından müəyyən potensiala malikdir, çünki o, müxtəlif "yaşıl" sahələrdə ən yaxşı beynəlxalq təcrübələrin sınaqdan keçirilməsinə və tətbiqinə töhfə verə bilər.
7. Şəhər inkişafında ekoloji davamlılığa nail olmaq. Müasir şəhər təkcə "ağıllı" deyil, həm də ekoloji cəhətdən təmizdir – rahat şəhər mühiti təmiz hava və su, yaşıl ərazilər və zərərli təsirləri minimuma endirmək istəyini nəzərdə tutur. Müvafiq olaraq, müasir şəhərlərin inkişaf siyasəti ekoloji davamlılıq məsələlərini fəal şəkildə birləşdirir.
8. Biznesin ekoloji tənzimlənməsinin inkişafı. Son illərdə hökumət şirkətlərin ekoloji tənzimləməsi sahəsində bir sıra mühüm təşəbbüslər irəli sürmüşdür. Onlardan biri ən yaxşı mövcud texnologiyaların istifadəsidir. Yaxın gələcəkdə biznesin ekoloji cəhətdən dayanıqlı

inkişafına töhfə verən yeni təşəbbüslərin - dövlət müəssisələri üçün qeyri-maliyyə hesabatlarının aparılması təcrübəsinin, iqlimin tənzimlənməsinin - sahədə tətbiqi də mümkündür.
9. “Yaşıl” biznes imkanlarının yaranması. Burada yeni “yaşıl” biznes imkanları məhz cari dövrdə yeni gəlir əldə etməyə imkan verənləri nəzərdə tutur. Bu imkanların mənbələri müxtəlif ola bilər - bu, istehlakçıların ekoloji cəhətdən təmiz mal və xidmətlərə, yeni texnologiyalara olan tələbatının inkişafı və yeni dövlət tənzimlənməsi, beynəlxalq əməkdaşlıq və şirkətlərdə daxili təşəbbüslərdir.
10. Biznesin aparılması üçün “davamlı” norma və standartların bölüşdürülməsi. Davamlı inkişaf sahəsində tendensiyalar, xüsusən də Avro qlobal biznes mədəniyyətinə və biznesin qarşılıqlı əlaqəsi qaydalarına təsir göstərir. Böyük beynəlxalq şirkətlər üçün davamlı, ekoloji cəhətdən təmiz və məsuliyyətli olmaq biznesin aparılması üçün yeni normaya çevrilir. Və bu, mütləq mövcud dövlət tənzimlənməsi və ya qısa müddətdə mənfəət əldə etmək imkanları ilə əlaqəli deyil, uzunmüddətli strategiya, investisiya cəlbediciliyi və müxtəlif təşkilatların "yaşıl" tələblərinə əməl edilməməsi risklərinin bərabərləşdirilməsi ilə əlaqəli ola bilər.
11. Ekoloji cəhətdən davamlı inkişafı və yaşıl iqtisadiyyatı təşviq edən yeni texnologiyalardan istifadə. Ümumiyyətlə, güman etmək olar ki, bu gün dünya ekoloji problemlərin həllinə yönəlmiş daha çox texnologiya və innovasiyalar yaradır. Bir tərəfdən, bərpa olunan enerji, resurslara qənaət edən texnologiyalar, bioloji parçalana bilən və ekoloji cəhətdən təmiz materiallar sahəsində irəliləyişli həllər onları daha ucuz və əlçatan edir. Digər tərəfdən, internet, smartfonlar, sosial şəbəkələr və ümumilikdə kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı sayəsində virtual icmalar yaratmaq, operativ reaksiya vermək və ekoloji problemləri həll etmək mümkün olur. Eyni zamanda, EUR və SE üçün yeni həllər yaranır və populyarlaşır, bunlar təkcə yüksək texnologiyalarla əlaqəli deyil. Bunlara “plogging” kimi sosial fəaliyyətin interaktiv formatları və ya Boxy layihəsi kimi yeni yaşıl biznes modelləri daxildir. Belə sosial və biznes texnologiyalarının tətbiqi cəmiyyətdə və biznesdə yeni tendensiyalarla əlaqələndirilə bilər. Çox güman ki, ölkəmizdə EUR və SE-yə töhfə verən elm tutumlu inkişaflar yaradılır.
12. Ekoloji problemlərin aktuallaşması.
Bir çox ölkələr ekoloji problemlərdən ciddi şəkildə narahatdır və mənfi antropogen təsirlərə qarşı mübarizə aparmaq üçün iqtisadi tədbirlər kompleksi hazırlayıblar. Bu sahədə öncüllər Qərbi Avropa dövlətləri, Cənubi Koreya, ABŞ və Çindir. Azərbaycan yaşıl iqtisadiyyatda inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalmasına baxmayaraq, davamlı şəkildə inkişaf edir.
Bu gün yeni iqtisadi modelə keçidin zərurəti şübhəsizdir. Ancaq bu ehtiyatla edilməlidir. Əks halda dünya ekoloji fəlakətlə yanaşı, böyük maliyyə itkiləri və sosial-siyasi problemlər də yaşayacaq. Keçidin əsas mərhələlərini Avropa İttifaqının həyata keçirdiyi ekoloji təşəbbüslər timsalında izləmək olar (Consoli D., Marin G., Marzucchi A., Vona F., 2016,P. 1046–1060).
1. Ətraf mühitə zərər verən istehsala investisiyaların azaldılması
2. “Çirkli” sənayelər üçün vergi yükünün artırılması
3. "Yaşıl" sənayelərə maliyyə dəstəyi
4. Resurs tutumlu istehsal üsullarının azaldılması (“Azerbaycan - 2020: Geleceye Baxısh” İnkishaf Konsepsiyası).

Sxem 2. Yaşıl iqtisadiyyata keçidi və davamlı inkişaf strategiyalarının SWOT analizi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023


GÜCLÜ TƏRƏFLƏR
◆ İnstitusional çərçivənin yaradılması
◆ Qabaqcıl İKT texnologiyalarına sahib olmaq
◆ Yaşıl iqtisadiyyatın inkişafı, yaşıl sənayenin və iş yerlərinin böyüməsi
◆ "Yaşıl" infrastruktur, yerin "yaşıllaşdırılması"
◆"yaşıl" ölkə statusunun yaxşılaşdırılması
İMKANLAR
◆ Yaradıcı iqtisadiyyat paradiqmalarının inkişafı
◆ Bərpa olunan enerji və iş yerlərinin yaradılması sahəsində yeni sıçrayış
◆ Qlobal yaşıl bazarın genişləndirilməsi perspektivləri
◆ Balanslaşdırılmış iqtisadi, ekoloji və sosial inkişaf üzrə beynəlxalq konsensusun təşviq edilməsi
ZƏİF TƏRƏFLƏR
◆ Ümumi emissiyaların artımı, kəmiyyət planının və əks əlaqənin olmaması
◆ Zəif yaşıl texnologiya kommersiyalaşdırılması və yaşıl istedad siyasəti
◆ İqlim dəyişikliyinə uyğunlaşma üzrə fəaliyyət göstəricilərində uyğunsuzluq
◆ Müvafiq nazirliklər arasında zəif əməkdaşlıq
TƏHLÜKƏLƏR
◆ Qlobal enerji və resurs bazarında qeyri-müəyyənlik
◆İqlim dəyişikliyinin təsirinin artırılması perspektivləri
◆ "yaşıl" kadrlar siyasətində məhdudiyyətlər
◆ Gəlirlərin qütbləşməsi
◆ Zəif beynəlxalq əməkdaşlıq

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Bildiyimiz kimi "Dayanıqlı inkişaf" anlayışı 1987-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ətraf Mühit və İnkişaf üzrə Beynəlxalq Komissiyasının hesabatının dərcindən sonra istifadəyə verilmişdir.

Cədvəl 3. 2021-ci ildə BMT Baş Assambleyası proqramın həyata keçirilməsi üçün 17 prioritet istiqamət hazırlayıb.

İQTİSADİ	EKOLOJİ	SOSİAL
Yoxsulluğun aradan qaldırılması	Təmiz su	İnsanların rifahı və sağlamlığı
Sıfır Aclıq	Sərfəli və təmiz enerji	Keyfiyyətli təhsil
Sənayeləşmə, innovasiya, infrastruktur	İqlim dəyişikliyinə qarşı mübarizə	Gender bərabərliyi
Layiqliiş və iqtisadiartım	Yerüstü ekosistemlərin qorunması	Sülh, Ədalət və Güclü Qurumlar
Məsuliyyətli istehsal və istehlak	Dəniz ekosistemlərinin qorunması	Təhlükəsiz şəhərlər
İqtisadi bərabərsizliyin azaldılması		Gələcək nəsillər üçün beynəlxalq tərəfdaşlıq

Mənbə: https://www.eea.europa.eu/themes/economy/intro

2019-cu ildə Azərbaycan hökuməti beşillik “Ekologiya” milli layihəsini təsdiqləyib. Onun həyata keçirilməsi üçün regional büdcələrdən xeyli sayda vəsaitin ayrılması planlaşdırılıb. Layihənin əsas isiqamətləri aşağıdakılardır (Cədvəl 5).

Cədvəl 4. Ekologiya Milli Layihəsinin əsas istiqamətləri

1.	Azərbaycan Respublikasının ərazisində kortəbii zibilliklərin ləğvi
2.	Azərbaycanın iri sənaye şəhərlərində atmosferə zərərli maddələrin tullantılarının azaldılması
3.	İçməli suyun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması məqsədilə su təchizatı sisteminin modernləşdirilməsi
4.	Çayların və göllərin "yaxşılaşdırılması"
5.	Ekoloji tənzimləmə sisteminin tətbiqi
6.	Təbii müxtəlifliyi qorumaq üçün Azərbaycanda xüsusi mühafizə olunan ərazilərin sahəsinin artırılması.

Mənbə: https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy

Bir çox ölkələrdə xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yeni ekoloji prinsiplərin tətbiqi ləng gedir. Bunun səbəbləri var. Bu sahə dövlətdən ciddi investisiyalar tələb edir ki, bu da bir sıra ölkələrdə demək olar ki yoxdur. Başqa bir manea yanacaq və enerji lobbisinin müqavimətidir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Neft-qaz şirkətlərinin sahibləri mənfəətdən əl çəkməyə tələsmirlər və "yaşıllaşdırma" prosesini dayandırmaq üçün əllərindən gələni edirlər.

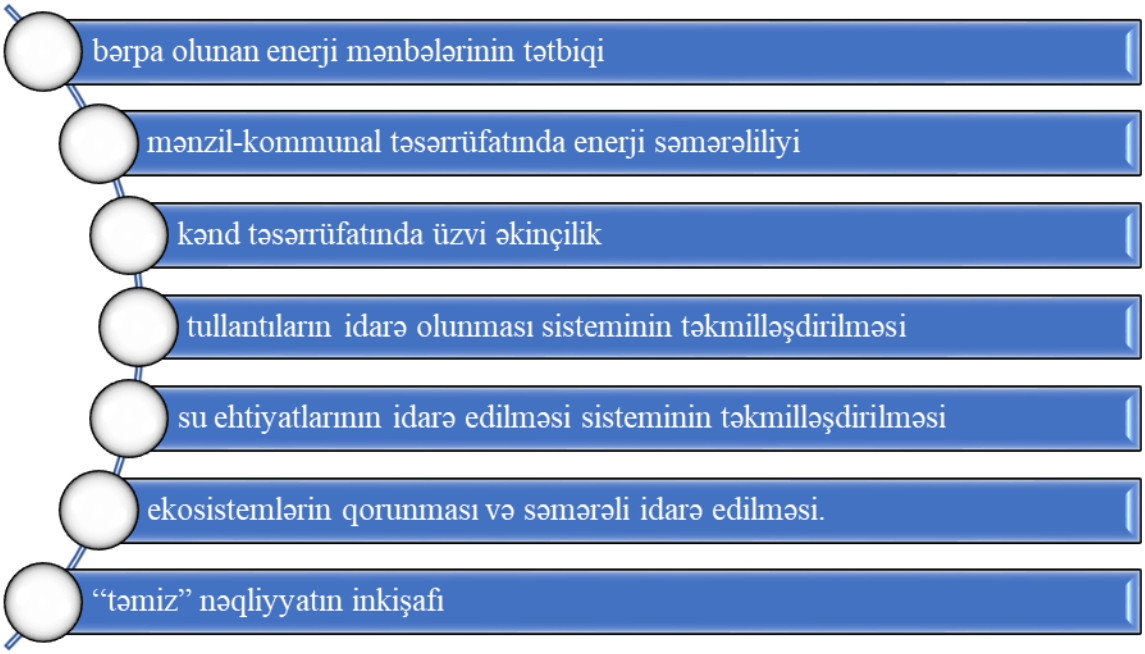
Sxem 3. Yaşıllaşdırma prosesini ləngidən maneələr



Mənbə: https://www.futurelearn.com/info/courses/sustainability-society-and-you/0/steps/4644

Davamlı inkişaf regionların tarazlı inkişafını vurğulayır. Davamlı inkişaf hər bir regionun müstəqil inkişafını və bir-birinə təsir etməməsini tələb edir, yəni bugünkü səylər daha yaxşı sabah üçün; digəri davamlı inkişafda insan və təbiətin harmonik inkişafıdır. Davamlı inkişaf üçün davamlı dairəvilik: davamlı inkişaf spiral inkişaf prosesidir. Belə bir pis və fəzilətli dövrədə resurs tutumu və ekoloji potensial kimi inkişaf imkanlarına uyğun inkişaf sürətini və miqyasını seçmək lazımdır (Sevil Rafiq qızı Humbetova, 2018, s. 49-52).
Son illərdə dünya enerji siyasətində əsas tendensiyalardan biri enerji keçididir. Enerji keçidi ənənəvi enerji resurslarının müasir texnologiyalardan istifadə etməklə bərpa olunan enerji mənbələri ilə əvəz edilməsini nəzərdə tutur. Dünya ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanda da bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə artır və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə, o cümlədən Qarabağda "yaşıl" enerji zonasının yaradılması əsas məsələlərdən biridir. Qarabağın "yaşıl" enerji potensialı və burada "yaşıl" enerji zonası kimi görüləcək işlər, təkliflər verilib.
2021-ci ilin mayında ölkə başçısı işğaldan azad edilmiş ərazilərdə "yaşıl enerji" zonasının yaradılması haqqında Fərman imzalayıb. Dövlət başçısı bu ərazilərdə yaşıl enerji zonasının yaradılması üçün müvafiq konsepsiya və baş plan hazırlamaq üçün ixtisaslaşmış beynəlxalq konsaltinq şirkəti cəlb etmişdir. 1 milyon 391 min 40 ABŞ dollarının ayrılması barədə qərar qəbul edilib. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə enerji məsələlərinin mərkəzləşdirilmiş qaydada həlli üçün Koordinasiya Qərargahının nəzdində İnzibatilərarası Mərkəzin "Enerji təhlükəsizliyi məsələləri" İşçi Qrupu yaradılıb (Qasımlı V. A., Huseyn R. Z., Huseynov R. F., 2022, s.149).

Sxem 4. Yaşıl iqtisadiyyatın inkişafının əsas istiqamətləri


bərpa olunan enerji mənbələrinin tətbiqi
mənzil-kommunal təsərrüfatında enerji səmərəliliyi
kənd təsərrüfatında üzvi əkinçilik
tullantıların idarə olunması sisteminin təkmilləşdirilməsi
su ehtiyatlarının idarə edilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi
ekosistemlərin qorunması və səmərəli idarə edilməsi.
"təmiz" nəqliyyatın inkişafı

Mənbə: Pirojenko. Ye. A.,2017, p. 104 .

Nəticə

Davamlı inkişaf konsepsiyası göstərir ki, ətraf mühitin və ekologiyanın daşıma qabiliyyəti sonsuz deyil, təbii ehtiyatların ümumi həcmi də məhduddur. Yalnız bərpa olunan resurslar uzun müddət inkişafın davamlılığını təmin edə bilər. İnkişaf prosesi yalnız ümumi gücün eyni qalması və ya zamanla artması təmin edilərsə davamlı olacaqdır. Davamlı inkişaf yüksəliş meyli olan xeyirxah inkişaf prosesidir.

Davamlı inkişafın əsasını davamlı iqtisadi inkişaf təşkil edir. İnkişaf etmiş ölkələr isə ətraf mühitin çirklənməsi və təbiətin mühafizəsi kimi ətraf mühitin davamlı inkişafına diqqət yetirməyi təklif edirlər. Buna görə də onların ətraf mühitin mühafizəsi konsepsiyası nisbətən inkişaf etmiş iqtisadiyyata əsaslanır və onların davamlı inkişaf konsepsiyasını başa düşmələri davamlılığı dəstəklədiyini ifadə edir. Davamlı inkişafı dinamik bir proses kimi başa düşmək olar. Qısa müddətdə "yoxsulluq" kimi təzyiqlərə görə iqtisadi inkişaf əsas mövzuya çevrilir və ətraf mühit şəraiti pisləşdikcə "ətraf mühitin mühafizəsi" bütün dünyada nisbətən əhəmiyyətli olur. İqtisadi inkişaf ətraf mühitin və inkişafın əlaqələndirilməsini tələb edir. Davamlı inkişaf iqtisadi inkişafın ideal modelinə və davamlı iqtisadi inkişafın mühüm tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Bu həm də iqtisadiyyatın davamlı artımı və insanların istehsal və biznes fəaliyyətinin gəlirliliyidir.

ƏDƏBİYYAT

1. "Azerbaycan - 2020: Geleceye Baxısh" İnkishaf Konsepsiyası. Bakı, 2012
2. Qasımlı V. E., Huseyn R.Z., Huseynov R.F., Hesenov R.B., Ceferov C.R., Bayramova A.B., "Yashıl iqtisadiyyat". Bakı, 2022
3. Milli iqtisadiyyat ve iqtisadiyyatın esas sektorları uzre Strateji Yol Xeriteleri. Bakı, 2016
4. Sevil Humbetova. Yashıl iqtisadiyyat kompozit indeksi yanashması Azerbaycan Texnologiya Universiteti konfrans materialları. Gence, 2018

5. Pirojenko. Ye. A. Trud i okrujayushchaya sreda: problemi vzaimodeystviya i regulirovaniya: monografiya. Moskva, 2017
6. Potravniy I.M., Gengut I.B., Davaakhu Nyamdorj. Vozmojnosti ispolzovaniya resursov texnogennix mestorojdeniy dlya proizvodstva stroitelnix materialov (na primere KOO «Predpriyatiye «Erdenet») // Stroitelniye materiali. Bakı, 2016.
7. Kiryushin P.A., Lomonosova M.B. Faktori ekologicheski ustoychivogo razvitiya i «zelenoy» ekonomiki v Rossii Vestn. Moskva, 2019
8. Chen W., Chen J., Xu D., Liu J., Niu N. Assessment of the practices and contributions of China's green industry to the socio-economic development // Journal of Cleaner Production. London, 2017
9. Consoli D., Marin G., Marzucchi A., Vona F. Do green jobs differ from non-green jobs in terms of skills and human capital? // Research Policy. London, 2016
10. Ganbat Kh., Popova I., Potravnyy I. Impact investment of project financing: opportunity for banks to participate in supporting green economy // Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management. London, 2016
11. Gengut I., Alnykina E., Davaakhuu N., Potravnyy I. Management of Environment Cost in the Project: The Experience of Russia and Mongolia // Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management. London, 2015.
12. https://www.futurelearn.com/info/courses/sustainability-society-and-you/0/steps/4644
13. https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy
14. https://www.eea.europa.eu/themes/economy/intro

УСТОЙЧИВОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА

Шафа Гулиева[1], Алиаф Джаббаров[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет.
[1]Профессор, Доктор экономических наук,
[2]Магистрант, cabbarovali45@gmail.com,

РЕЗЮМЕ

Понятие "устойчивое развитие" было введено в употребление в 1987 году после публикации доклада Международной комиссии Организации Объединенных Наций по окружающей среде и развитию. Это комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей людей без ущерба для окружающей среды. Устойчивое развитие занимается поддержанием баланса между экономической, экологической и социальной составляющими.Задача зеленой экономики состоит в том, чтобы объединить их воедино и сгладить существующие противоречия. Мир столкнулся с проблемами во всех трех аспектах устойчивого развития – экономической, социальной и экологической. В то время

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

как цели развития тысячелетия сосредоточены на выбранных приоритетах социального и человеческого развития, сегодня мир становится свидетелем новых проблем.
Зеленая экономика подразумевает диверсификацию экономики и качественный, а не количественный рост ВВП. Одной из общепринятых характеристик зеленой экономики является обеспечение справедливого и устойчивого, лучшего качества жизни для всех в пределах экологических границ планеты. Зеленая экономика означает зеленые технологии, зеленый ВВП и зеленые рабочие места для улучшения качества жизни.
В статье представлен синергетический анализ устойчивого социально-экономического развития и развития зеленой экономики. В исследовании участвовали факторы экологически устойчивого развития и "зеленой" экономики, барьеры, замедляющие процесс озеленения, основные направления развития зеленой экономики, результаты эффективности модели “зеленой экономики”, условия перехода к зеленой экономике, анализ сильных и слабых сторон, возможностей и опасностей стратегий устойчивого развития.
Ключевые слова: устойчивое развитие, зеленая экономика, зеленый бизнес, экология, SWOT-анализ

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-85

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
100-115

DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE STRATEGY IN A CRISIS

Adil Ahmadov[1], Elnur Sharifov[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of philosophy in economics,
[2]Master student, elnurserifov498@gmail.com

ABSTRACT

The article is devoted to the methodology of assessing the company's situation in crisis conditions and formulating its strategy. In the research, the ways of strategy formation by the enterprise in a crisis situation were mentioned, including information about alternative strategies to get the enterprise out of the crisis.
The need to develop a strategy during a crisis is aimed at the sustainable operation and development of the company. With the help of the strategy, the company implements a more interconnected and purposeful planning of its activities, reducing financial and material losses in achieving the set strategic goals. As a whole, the formation of the company's strategy for exiting the crisis consists of successive interconnected stages, which are presented in the following scheme.
The reasons for the formation of a crisis in the company can be both a general decline in the market in which it operates, and its inefficient operation, as well as a development strategy with an integrated activity model to achieve its goals. The speed and ways of getting out of the crisis depend in many ways on the causes of its occurrence and the frequency of its detection. The crisis in the development process consists of four main stages:
- reduction of profit volume and efficiency of capital use;
- occurrence of harmful activity;
- lack of personal funds and reserve funds;
- a sharp decrease in the company's liquidity and solvency.
The considered ways reflect the process of removing the company from the crisis, the goal of which is to gradually strengthen the financial situation and transform the business entity from the category of crisis to the category of wealthy. The basis of the process of removing the company from the crisis is the removal of all economic preconditions for its formation. Therefore, the development of the program should be based on the principles of liquidity, profitability, reliability, reasonable combination of risk. It depends on how well the company will choose the way out of the crisis, the future potential and prospects of the company, which represents the strategy and tactics of the ongoing activity together.
In order to get out of the crisis, the company should conduct a deep and detailed analysis of its activities, based on its results, it will be able to choose and implement the most suitable alternative for itself. Taken together, the analysis of activities, the selection and implementation of alternatives represent a certain sequence of actions, which is an algorithm for the formation of the company's strategy to get out of the crisis.
A strategic analysis should be done before the development of the strategy. Such an analysis is necessary for the company, because the formation of the crisis is the result of a decrease in its activity. One of the next important elements of the mechanism is the prediction of changes in the state of the external environment. This consists of determining the changes and the situation in the

technical and economic indicators of the company under the influence of external negative factors.

The reasons for the formation of a crisis in the company can be both a general decline in the market in which it operates, and its inefficient operation, as well as a development strategy with an integrated activity model to achieve its goals. The speed and ways of getting out of the crisis depend in many ways on the causes of its occurrence and the frequency of its detection.

In order to get out of the crisis, the company should conduct a deep and detailed analysis of its activities, based on its results, it will be able to choose and implement the most suitable alternative for itself. Taken together, the analysis of activities, the selection and implementation of alternatives represent a certain sequence of actions, which is an algorithm for the formation of the company's strategy to get out of the crisis.

The basis of the process of removing the company from the crisis is the removal of all economic prerequisites for its formation. Therefore, the development of the program should be based on the principles of liquidity, profitability, reliability, reasonable combination of risk. It depends on how well the company will choose the way out of the crisis, the future potential and prospects of the company, which represents the strategy and tactics of the ongoing activity together.

The article is devoted to the methodology for assessing the state of the company in crisis conditions and the formation of its strategy. The study outlined ways of forming a strategy by the enterprise in a crisis situation, including information on alternative strategies to bring the enterprise out of the crisis. When diagnosing the state of the company, determining the mechanism for the formation of a strategy, the issues of strategic analysis, forecasting changes in the external environment, developing strategic alternatives, choosing a strategy, its implementation, assessing its effectiveness and making the necessary changes at the stage of developing strategic alternatives were chosen as the main subject of the study. Although the causes of the crisis are individual for all companies, there are universal management tools to eliminate it, such as cost reduction, sales promotion, cash flow optimization, work with debtors of the company and policy reform in the field of commercial lending, loan debt restructuring, Personnel Management. The scheme for the formation of a strategy by a company in a crisis situation is based on diagnostics of the state of the company, identification of the causes of negative trends, internal reasons, general methods of restoring liquidity and solvency, efficiency of activities, finding ways to reduce costs, the presence of stability of losses in production, reducing unprofitable activity, reducing costs, assessment after, it consists of a review of the concentration strategy, a diversification strategy, an assessment of the state of the company after events and external control.

Keywords: strategic analysis, strategy formation scheme, management tool, diversification strategy

BÖHRAN VƏZİYYƏTİNDƏ MÜƏSSİSƏNİN STRATEGİYANIN HAZIRLANMASI

Adil Əhmədov[1], Elnur Şərifov[2]
[1,2] "İqtisadiyyat və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru,
[2] Magistr tələbəsi, elnurserifov498@gmail.com

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

XÜLASƏ

Məqalə böhran şərtlərində şirkətin vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və onun strategiyasının formalaşdırılması metodologiyasına həsr olunmuşdur. Tədqiqatda böhran vəziyyətində müəssisə tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması yolları qeyd edilmiş, o cümlədən, müəssisəni böhrandan çıxarmaq üçün alternativ strategiyalar barədə məlumat əks olunmuşdur. Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası, strategiyanın formalaşması mexanizmini müəyyənləşdirərkən strateji təhlil, xarici mühitdəki dəyişikliklərin proqnozu, strateji alternativlərin işlənib hazırlanması, strategiya seçimi, onun həyata keçirilməsi, effektivliyinin qiymətləndirilməsi və strateji alternativlərin işlənib hazırlanması mərhələsində lazımi dəyişikliklərin edilməsi məsələləri tədqiqatın əsas predmeti seçilmişdir. Bütün şirkətlər üçün böhranın səbəbləri fərdi xarakter daşımasına baxmayaraq, onu aradan qaldırılması məqsədilə xərcin azaldılması, satış təşviqi, pul vəsaitlərinin hərəkətinin optimallaşdırılması, şirkətin debitorları ilə işləmək və kommersiya kreditləşməsi sahəsində siyasətdə islahatların aparılması, kredit borclarının restrukturizasiyası, kadrların idarə edilməsi kimi universal idarəetmə vasitəsiləri vardır. Böhran vəziyyətində olan şirkət tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması sxemi şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası, mənfi tendensiyaların səbəblərinin müəyyən edilməsi, daxili səbəblər, likvidliyin və ödəmə qabiliyyətinin bərpasının ümumi üsulları, fəaliyyətlərin səmərəliliyi, xərcləri azaltmağın yollarının tapılması, istehsalda itkilərin sabitliyinin mövcudluğu, zərərli fəaliyyətin azaldılması, xərclərin azaldılması, hadisələrdən sonra qiymətləndirilmə, xarici səbəblər, bazar araşdırmasının aparılması, bazarda mallara (işlərə, xidmətlərə) tələbat, konsentrasiya strategiyasının nəzərdən keçirilməsi, diversifikasiya strategiyası, hadisələrdən sonra şirkətin vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və xarici nəzarətdən ibarətir.

Açar sözlər: strateji təhlil, strategiyanın formalaşdırılması sxemi, idarəetmə vasitəsi, diversifikasiya strategiyası

Giriş

Böhran vəziyyətində şirkət tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması məqsədilə təqdim olunan mexanizm bir sıra üstünlüklərə malikdir:

- nəzarət obyektlərinin üst-üstə düşməsi. Şirkətin mövqeyindən asılı olaraq, böhran zamanı planlaşdırma funksiyaları daha vacib olur, buna görə də böhran zamanı strategiya şirkət üçün əhəmiyyətlidir.
- bu strategiyanın formalaşma mexanizminin əsasını strateji və taktiki planlaşdırma təşkil edir. Böhran vəziyyətində planlaşdırma miqyasının və buna uyğun olaraq hazırlanmış strategiyanın tərtib olunduğu müddətin azaldılması, həmçinin sürətlə dəyişən mühitdə qərarların qəbul edilməsi və strategiyanın uyğunlaşdırılması bir-biri ilə əlaqədardır (A.Özdemir, 2014: s.202).

Məqsəd

Məqalənin məqsədi böhran vəziyyətində müəssisə tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması yollarını tədqiqata cəlb etməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

İqtisadi böhran şəraitində şirkətin idarə edilməsi məsələsi təkcə rəhbərliyin deyil, həm də qarşılıqlı əlaqədə olduğu bütün təsərrüfat subyektlərinin narahatlığına səbəb olan məsələdir. Ona görə də müəssisənin böhrandan çıxış strategiyanın işlənib hazırlanması aktuallıq kəsb edən bir mövzudur.

Metodlar

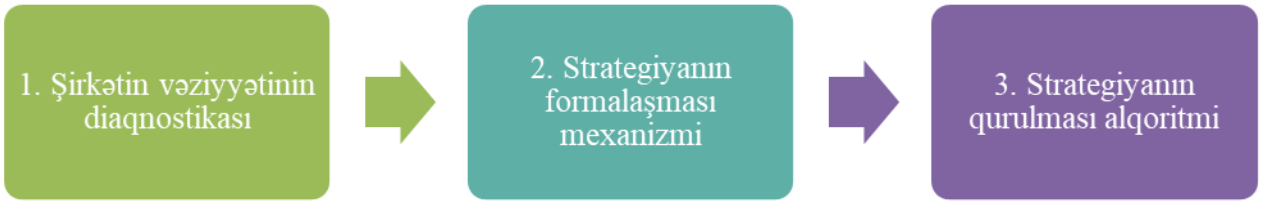
Tədqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində qrafik, təsnifat, qruplaşdırma, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Təhlildə empirik tədqiqat metodlarından da istifadə edilmişdir. Belə ki, empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə böhran şəraitində müəssisənin vəziyyəti müzakirə edilmiş, böhran vəziyyətində müəssisə tərəfindən tətbiq edilə biləcək strategiyalar müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Böhran zamanı strategiyanın işlənib hazırlanması zərurəti şirkətin dayanıqlı fəaliyyət göstərməsinə və inkişafına yönəlir. Strategiyanın köməyi ilə şirkət qarşıya qoyulmuş strateji hədəflərə çatmaq üçün maddi itkiləri azaltmaqla fəaliyyətinin daha məqsədyönlü planlaşdırılmasını həyata keçirir. Bütövlükdə şirkətin böhrandan çıxmaq strategiyasının formalaşması aşağıdakı sxemdə təqdim olunan bir-biri ilə əlaqəli mərhələlərdən ibarətdir.

Sxem 1: Böhran vəziyyətində strategiyanın formalaşmasının əsas mərhələləri


1. Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası
2. Strategiyanın formalaşması mexanizmi
3. Strategiyanın qurulması alqoritmi

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

1. Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası üç əsas bloku əhatə etməlidir:
- strateji təhlil (SWOT-analiz);
- böhranın potensial səbəblərinin təhlili;
- şirkətin vəziyyətinin monitorinqi (A.Özdemir, 2014: s.197).

Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikasının aparılması aşağıdakı cədvəldə təqdim olunur.

Cədvəl 1. Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası.

Analiz bloku	Təhlil istiqamətləri	Təhlil tapşırıqları
Mövcud strategiyanın effektivliyi	1. Rəqabətliliyin təhlili	1.1 Rəqabət mühitinin qiymətləndirilməsi 1.2 Rəqabətin hədləri (bazar ölçüsü) 1.3 İstehlakçıların qiymətləndirilməsi 1.4 Qiymətlərin və xərclərin rəqabət qabiliyyəti 1.5 Rəqabətli mövqenin gücünün qiymətləndirilməsi
	2. Funksional strategiyaların təhlili	2.1 İstehsal strategiyası 2.2 Marketinq strategiyası 2.3 İdarəetmə strategiyası 2.4 Kadrların idarə olunması strategiyası 2.5 Maliyyə strategiyası 2.6 İnnovasiya strategiyası 2.7 İnvestisiya strategiyası 2.8 Məhsulların (işlərin, xidmətlərin) keyfiyyəti strategiyası
SWOT-analiz	3. Şirkətin xarici mühitinin təhlili	3.1 Mövcud təhlükələrin, onların baş vermə ehtimalının və təhlükə dərəcəsinin təhlili 3.2 Şirkətin potensial imkanlarının axtarışı
	4. Şirkətin daxili mühitinin təhlili	4.1 Mövcud zəif cəhətlərin təhlili, mövcud resurslardan istifadə etməklə onların aradan qaldırılması imkanlarının müəyyən edilməsi 4.2 Şirkətin güclü tərəflərinin qiymətləndirilməsi

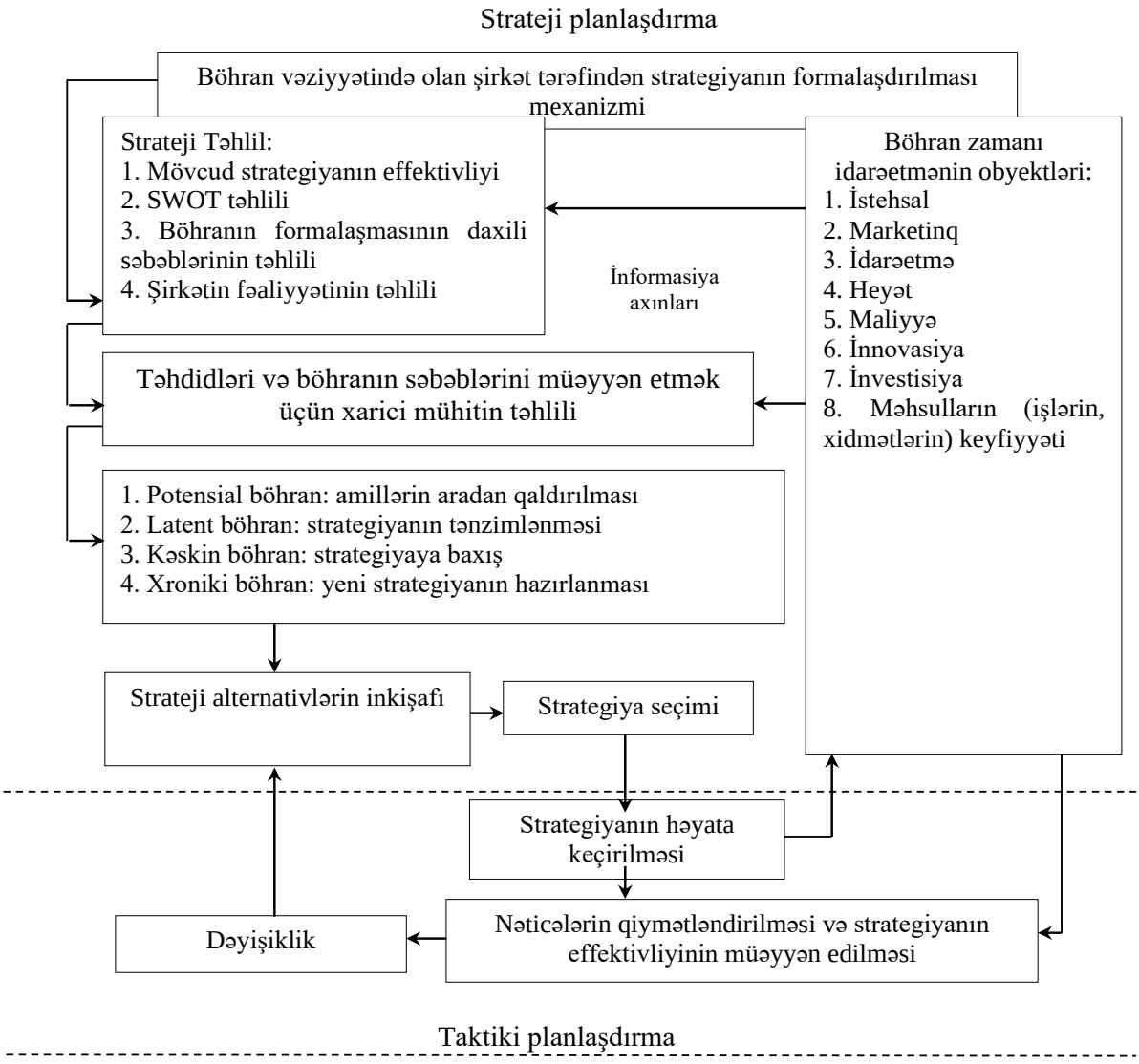
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

	5. Şirkətin güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhdidlərinin nisbəti	5.1 Şirkətin güclü tərəflərindən istifadə etməklə təhdidlərlə mübarizə qabiliyyətinin müəyyən edilməsi 5.2 Resursları minimuma endirməklə imkanların və onların həyata keçirilməsinin qiymətləndirilməsi
Böhranın potensial səbəblərinin təhlili	6. Şirkətin təsir edə bilməyəcəyi təhlükələrin müəyyən edilməsi	6.1 Təhdidlərin qarşısını almaq yollarının müəyyənləşdirilməsi 6.2 Mümkün itkilərin və zərərin ödənilməsi mənbələrinin qiymətləndirilməsi
	7. Daxili resurslar hesabına aradan qaldırılması mümkün olmayan zəif cəhətlərin qiymətləndirilməsi	7.1 Zəif cəhətlərin aradan qaldırılması yollarının işlənib hazırlanması və onun həyata keçirilməsi üçün əlavə resursların axtarışı 7.2 Mümkün itkilərin və zərərin ödənilməsi mənbələrinin qiymətləndirilməsi
Şirkətin fəaliyyətinin təhlili	8. Şirkətin vəziyyətinin təhlili və monitorinqi	8.1 Təhlükənin başlanmasına işarə edən göstəricilər sisteminin formalaşdırılması 8.2 Şirkətin vəziyyətinin monitorinqinin tezliyinin (intervalının) müəyyən edilməsi

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2.Strategiyanın formalaşması mexanizmini müəyyənləşdirərkən şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası zamanı təqdim olunan sxemdə bir-biri ilə əlaqəli elementlər əks olunur: strateji təhlil, xarici mühitdəki dəyişikliklərin proqnozu, strateji alternativlərin işlənib hazırlanması, strategiya seçimi, onun həyata keçirilməsi, effektivliyinin qiymətləndirilməsi və strateji alternativlərin işlənib hazırlanması mərhələsində lazımi dəyişikliklərin edilməsi. (Gerçik İ. 2017: s.157).
Böhran vəziyyətində olan şirkət tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması mexanizmi aşağıdakı şəkildə göstərilmişdir.

Şəkil 1. Böhran vəziyyətində olan şirkət tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması mexanizmi.



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Strategiyanın hazırlanmasından əvvəl strateji təhlil aparılmalıdır. Belə təhlil şirkət üçün zəruridir. Çünki, böhran vəziyyətinin formalaşması onun fəaliyyətinin azalmasının nəticəsidir. Mexanizmin növbəti mühüm elementlərindən biri xarici mühitdəki dəyişikliklərin proqnozlaşdırılmasıdır. Bu da xarici amillərin təsiri altında şirkətin texniki-iqtisadi göstəricilərində dəyişikliklərin və vəziyyətin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Bütün analitik prosedurları həyata keçirdikdən sonra böhranın növü müəyyən olunur. Buna əsasən şirkətin mövcud strategiyasında müvafiq dəyişikliklər həyata keçirilir. Bu zaman strateji alternativlərin inkişafı və daha üstün variantın müəyyənləşdirilməsi aparılır, sonrakı mərhələdə isə strategiyanın nəticələri və effektivliyi təhlil edilir (Berdnikova T.B. 2016: s.201).

3. Strategiyanın qurulması sxemi böhran vəziyyətində olan bütün şirkətlər üçün üç əsas qrupa bölünür: böhranlı, qeyri-sabit və normal. Qeyd etmək lazımdır ki, təqdim olunan şirkət qruplarının hər birinin maliyyə vəziyyətinin təhlili müxtəlif məqsədlərə malikdir:

- böhranlı şirkətlər üçün - böhranın səbəblərini müəyyən etmək, yəni problemin diaqnostikası;
- qeyri-sabit vəziyyətə malik şirkətlər üçün - mənfi tendensiyaların formalaşmasına təsir edən səbəblərin müəyyən edilməsi;
- normal mövqedə olan şirkətlər üçün fəaliyyət göstərdiyi bazarların hərtərəfli qiymətləndirilməsi ilə bağlı böhranın qarşısının alınması (A.Özdemir, 2014: s.209).

Şirkət qruplarının maliyyə vəziyyətinin yuxarıda göstərilən xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq, böhran vəziyyətində universal olacaq strategiyanın formalaşdırılması sxemi hazırlanmışdır. Böhran vəziyyətində olan şirkət tərəfindən strategiyanın formalaşdırılması sxemi aşağıda göstərilmişdir:

1. Şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası. Yuxarıda təsvir edildiyi kimi, şirkətin vəziyyətinin diaqnostikası SWOT təhlilinin aparılmasından, böhranın potensial səbəblərini və şirkətin fəaliyyətini təhlil etməkdən ibarətdir.
2. Mənfi tendensiyaların səbəblərinin müəyyən edilməsi. Böhran vəziyyətinin formalaşdığı mənfi meyillərin yaranmasına təsir edən səbəblər iki əsas qrupa bölünür: daxili və xarici.
3. Daxili səbəblər. Böhranın yaranmasının əsas səbəbləri daxili səbəblərdirsə, o zaman şirkət likvidliyin və ödəmə qabiliyyətinin bərpasının ümumi üsullarını tətbiq edir.
4. Likvidliyin və ödəmə qabiliyyətinin bərpasının ümumi üsulları. Bu üsullara aşağıdakılar daxildir:
- əsas vəsaitlərin və inventarların satışı;
- maddi sərvətlərə sərfəli investisiyalar;
- törəmə şirkətlərə uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları və ya onların satışı;
- qiymətli kağızların emissiyası;
- faktorinqdən istifadə;
- kredit borclarının restrukturizasiyası və s. (A.Özdemir, 2014: s.211).

5. Fəaliyyətlərin səmərəliliyi. Likvidliyin və ödəmə qabiliyyətinin bərpasının standart üsulları effektivdirsə, o zaman şirkət böhran vəziyyətini aradan qaldıra bilər. Təqdim olunan üsullar böhranın qarşısını almayıbsa, şirkət xərcləri azaltmağın yollarını axtarır.
6. Xərcləri azaltmağın yollarının tapılması. Xərcləri azaltmağın əsas yolları işçilərin və istehsal xərclərinin azaldılmasıdır.
7. İstehsalda itkilərin sabitliyinin mövcudluğu. Fəaliyyətdə sistematik itkilər aşkar edilərsə, şirkət zərərli fəaliyyətlərin azaldılmasını (ləğv edilməsini) həyata keçirir. Onlar olmadıqda xərcləri azaltmağa davam edir.
8. Zərərli fəaliyyətin azaldılması (ləğv edilməsi):
- işçilərin ixtisarı;
- avadanlıqların satışı;
- icarəyə verilməsi (Gömleksiz A. 2013: s.111).

9. Xərclərin azaldılması. Xərclərin azaldılmasının əsas istiqamətləri bunlardır:
- müxtəlif lizinq və icarə ödənişlərin dəyərinin azaldılması;
- əmək xərclərinin azaldılması (əməkhaqqının formasının dəyişdirilməsi, məsələn, əməkhaqqıdan hissə-hissə və ya vaxta əsaslanan əməkhaqqı sisteminə keçmək, iş vaxtının azaldılması, yəni planlaşdırılmış iş həcmini başa çatdırmaq üçün tələb olunan vaxtın təyin edilməsi). Əməkhaqqı xərclərinin azalması birbaşa işçilərin xeyrinə qeyri-büdcə fondlarına məcburi ödənişlərin dəyərinin azalmasına səbəb olur.
- istehsal-təsərrüfat fəaliyyətində onlara olan tələbatlara uyğun olaraq istehlak normalarının müəyyən edilməsi yolu ilə ehtiyatların dəyərinin azaldılması mütləqdir.

- vergi xərclərinin azaldılması. İstifadə edilməmiş avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin konservasiyası nəqliyyat vergisi və əmlak vergisinin ödənilməsi xərclərini azaltmağa kömək edir (A.Özdemir, 2014: s.215).

10. Hadisələrdən sonra qiymətləndirilmə. Hadisədən əvvəl şirkətin əsas fəaliyyət göstəricilərinin müqayisəli qiymətləndirilməsi aparılırsa, hadisələrdən sonra yekun nəticələrə nəzər yetirilir. Tədbirlər zamanı effektiv və müsbət nəticə əldə olunarsa, strategiya tamamlanır. Mənfi olarsa, şirkət xərcləri azaltmaq yollarını axtarmağa başlayır.

11. Xarici səbəblər. Əgər böhranın yaranmasının əsas səbəbləri xarici səbəblərdirsə, o zaman şirkət bazar araşdırması aparır.

12. Bazar araşdırmasının aparılması. Bazarın marketinq tədqiqatı aşağıdakı vəzifələri əhatə edir:

- bazarın təhlili
- satışın öyrənilməsi
- malların marketinq tədqiqatı
- reklam siyasətinin öyrənilməsi
- iqtisadi göstəricilərin təhlili
- istehlakçı davranışının öyrənilməsi (Brodskiy B.Ye. 2016: s. 109).

13. Bazarda mallara (işlərə, xidmətlərə) tələbat. Əgər məhsula (işə, xidmətə) tələbat varsa, o zaman şirkət konsentrasiya strategiyasına yenidən baxır. Əks halda diversifikasiya strategiyasını həyata keçirir.

14. Konsentrasiya strategiyasının nəzərdən keçirilməsi. Şirkət diqqətini bazarın onun üçün gəlir əldə edə bilən hissəsinə yönəldir. Hədəf seqmenti bazar seqmenti üçün cəlbedici olan malların istifadəsinə dair tələblərdən irəli gələn regional xüsusiyyətlər əsasında müəyyən edilir. Strategiyanın yenidən nəzərdən keçirilməsində əsas vəzifə rəqiblərdən daha yaxşı hədəf bazarında malları satmaqdır.

15. Diversifikasiya strategiyası. Şirkət istehsal etdiyi və ya təqdim etdiyi mallar (işlər, xidmətlər) ilə bazarda inkişaf yollarını artıq görmürsə, bu strategiyanı həyata keçirir. Şirkət aşağıdakı diversifikasiya strategiyalarını tətbiq edə bilər:

- mərkəzləşdirilmiş diversifikasiya strategiyası. Strategiyanın əsasını şirkətin fəaliyyətində yeni malların (işlərin, xidmətlərin) istehsalı və satışı üçün əlavə imkanların axtarışı və istifadəsi təşkil edir. Eyni zamanda, mövcud sahələr fəaliyyətdə əsas olaraq qalır və inkişaf etmiş bazarın imkanlarına, istifadə olunan texnologiyaya, eləcə də şirkətin fəaliyyətinin digər güclü tərəflərinə əsaslanan yeni istiqamət doğulur.
- üfüqi diversifikasiya strategiyası. Bu strategiyanın köməyi ilə şirkət, istehsalı istifadə olunandan fərqli texnologiyaya əsaslanan yeni məhsulun buraxılması yolu ilə fəaliyyət göstərdiyi bazarda böyümə imkanlarını axtarır. Şirkətin diqqət mərkəzində, məsələn, təchizat sahəsində artıq mövcud təcrübədən istifadə edərək, texnoloji cəhətdən əlaqəli olmayan malların istehsalıdır. Keyfiyyətlərinə görə yeni məhsul artıq istehsal olunmuş məhsula uyğun xarakter daşımalıdır.
- şaquli diversifikasiyası strategiyası. Bu strategiyaya uyğun olaraq, şirkətin genişlənməsi yeni bazarlarda satılan texnoloji əlaqəli yeni malların (işlərin, xidmətlərin) buraxılması hesabına baş verir. Şirkət üçün bu strategiyanı həyata keçirmək çətindir. Çünki, onun uğuru bir çox amillərin təsirindən, xüsusən də bazarın dövriyyəsindən, işçilərin sərişdəsindən və s. asılıdır (A.Özdemir, 2014: s.221).

16. Hadisələrdən sonra şirkətin vəziyyətinin qiymətləndirilməsi. Bu qiymətləndirmə 10-cu bənddə olduğu kimi həyata keçirilir. Tədbirlər effektiv olarsa və müsbət nəticə əldə edilirsə, strategiya tamamlanır. Mənfi olarsa, şirkət tendensiyaların formalaşmasının səbəblərini müəyyənləşdirir.

17. Xarici nəzarət. Xarici idarəetmə həm daxili, həm də xarici səbəblərdən böhran vəziyyətində istifadə edilə bilər. Şirkətin bərpası üçün xarici idarəetmənin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:
- zərərli fəaliyyətin azaldılması (ləğv edilməsi);
- yenidən profilləşdirmə fəaliyyətləri;
- əmlakın satışı;
- debitor və kredit borcları ilə bağlı problemlərin həlli (A.Özdemir, 2014: s.225).

İlk iki istiqamət - zərərli fəaliyyət növlərinin azaldılması (ləğv edilməsi) və onun yenidən profilləşdirilməsi zamanı təqdim olunan ssenarilərə uyğun olaraq həyata keçirilə bilər. Şirkətin əmlakının satışı vaxtı keçmiş borcların ödənilməsi üçün lazım olan vəsaiti tez bir zamanda əldə etmək məqsədilə istifadə olunur. Əmlakın satışı aşağıdakı ardıcıllıqla həyata keçirilə bilər:
- əmlakın yenidən qiymətləndirilməsi;
- alıcıların axtarışı;
- əmlakı satmaq üçün alıcılarla danışıqların aparılması, şirkət üçün optimal və sərfəli şərtlərin işlənib hazırlanması;
- əmlakın satışı üzrə əməliyyatın aparılması (A.Özdemir, 2014: s.229).

Debitor və kredit borcları ilə bağlı problemlərin həlli çərçivəsində borcların strukturlaşdırılması, faktorinq, mülkiyyət hüquqlarının və ya qiymətli kağızların (səhmlərin) verilməsi, qarşılıqlı hesablaşmalar, borcların yenidən rəsmiləşdirilməsi tətbiq edilə bilər.

Şirkətdə böhran vəziyyətinin yaranma səbəbləri həm onun fəaliyyət göstərdiyi bazarda ümumi tənəzzül, həm də onun səmərəsiz işləməsi, həm də ki məqsədlərinə çatmaq üçün inteqrasiya edilmiş fəaliyyət modeli olan inkişaf strategiyası ola bilər. Böhrandan çıxmağın yolları bir çox cəhətdən onun baş vermə səbəblərindən və aşkarlanmasının tezliyindən asılıdır. İnkişaf prosesində böhran dörd əsas mərhələdən ibarətdir:
- mənfəətin həcminin və kapitaldan istifadənin səmərəliliyinin azalması;
- zərərli fəaliyyətin baş verməsi;
- şəxsi vəsaitlərin və ehtiyat fondların olmaması;
- şirkətin likvidliyinin və ödəmə qabiliyyətinin kəskin azalması (Bolşakov A.S., 2016: c.308).

Böhran prosesləri zamanı şirkətin dövriyyə kapitalının bir hissəsi qısamüddətli borc öhdəliklərinin ödənilməsinə yönəldilmə ilə müşayiət olunur. Şirkət fəaliyyətini maliyyələşdirə və əvvəlki dövrlər üzrə borclarını ödəyə bilmir. Bu da birbaşa onun fəaliyyətinin dayanmasına və müflisləşməsinə gətirib çıxarır. Şirkət böhrandan yalnız onun yaranma səbəblərini aradan qaldırdıqdan sonra çıxa bilər. Bu zaman həm daxili, həm də xarici mühitin hərtərəfli və ətraflı təhlilini aparmaq, şirkət üçün həqiqətən əsas əhəmiyyət kəsb edən elementləri (kadrlar, ehtiyatlar, əsas vəsaitlər) müəyyən etmək, hər bir element üzrə məlumat toplamaq və real vəziyyəti qiymətləndirmək lazımdır. Böhranın inkişafının mümkün səbəblərinin kompleks diaqnostikasına aşağıdakılar daxildir:

1. Şirkətin cari strategiyasının funksional komponentlərinin (istehsal, satış, maliyyə) effektivliyinin qiymətləndirilməsi. Bu qiymətləndirmə çərçivəsində funksional sahələr üzrə əsas fəaliyyət göstəricilərinin dinamikasının monitorinqi həyata keçirilir;
2. SWOT təhlilinin aparılması (şirkətin üstünlüklərinin, təhdidlərinin, güclü və zəif tərəflərinin müəyyən edilməsi);
3. Şirkətin qiymətlərinin və xərclərinin rəqabət qabiliyyətinin təhlili. Təhlilin əsas aspekti rəqiblərin monitorinqi və dövri marketinq tədqiqatlarıdır (Bolşakov A.S., 2016: c.314).

Sadalanan prosedurların əksəriyyəti mürəkkəbliyinə görə, şirkətin əsas fəaliyyət göstəricilərinin monitorinqi istisna olmaqla, aylıq olaraq həyata keçirilə bilməz. Buna görə də, diaqnostikanın hər il, yaxud şirkətin fəaliyyətinin xarici və daxili şərtlərində dəyişiklik olduğu zaman aparılması

tövsiyə olunur. Bütün şirkətlər üçün böhranın səbəbləri fərdi xarakter daşımasına baxmayaraq, onu aradan qaldırılması məqsədilə bir neçə universal idarəetmə vasitəsi var:
- xərcin azaldılması;
- satış təşviqi;
- pul vəsaitlərinin hərəkətinin optimallaşdırılması;
- şirkətin debitorları ilə işləmək və kommersiya kreditləşməsi sahəsində siyasətdə islahatların aparılması;
- kredit borclarının restrukturizasiyası;
- kadrların idarə edilməsi (Qubina O.V. 2016: s.158)

1. Xərclərin azaldılması. Satışın rentabelliyini və pul vəsaitlərinin hərəkətini artırmaq üçün xərcləri azaltmaq lazımdır. Böhran zamanı xərclərin azaldılması şirkətlərin fəaliyyətlərini sabitləşdirmək məqsədilə istifadə etdikləri təsirli vasitələrdən biridir. Təcrübədə şirkətlər tərəfindən istifadə olunan xərclərin azaldılması üçün əsas vasitələrdən biri bütün xərc maddələrinin normalaşdırılması və müəyyən edilmiş standartlara ciddi nəzarətin təmin edilməsidir. Bu yanaşma inqilabi olmasa da, şirkətə nəzərə çarpacaq nəticələr verir. Eləcə də, xərcləri müəyyən edilmiş səviyyədə saxlamağa kömək edir. Bu istiqamətdə böhrandan çıxmaq üçün şirkət aşağıdakı cədvəldə təqdim olunan prosedurları yerinə yetirməlidir.

Cədvəl 2: Xərclərin azaldılması üçün şirkət prosedurları.

Prosedur	Prosedurun mahiyyəti
1. Şirkətin büdcəsinin formalaşması	1.1 Proqnoz balansı 1.2 Pul vəsaitlərinin hərəkəti büdcəsi 1.3 Gəlir və xərclər büdcəsi 1.4 Şirkətin əsas istehsal bölmələrinin büdcəsi 1.5 Debitor və kreditor borclarının büdcəsi 1.6 Materialların və xammalın hərəkəti üçün büdcə
2. Üfüqi və şaquli inteqrasiya	2.1 Üfüqi inteqrasiya - həcm endirimləri əldə etmək üçün digər alıcılarla alış imkanlarının axtarışı 2.2 Şaquli inteqrasiya - tədarük olunan xammal və materialların əsas nomenklatur mövqeləri üzrə təchizatçılarla sıx əməkdaşlıq (maliyyə şəffaflığı, müqavilə öhdəliklərinin vaxtında yerinə yetirilməsi)
3. Bahalı biznes proseslərinin autsorsinqə köçürülməsi	3.1. Müəyyən iş proseslərinin autsorsinqə köçürülməsinin gəlirliliyinin qiymətləndirilməsinin həyata keçirilməsi
4. Yeni ödəniş formalarının tətbiqi	4.1 Barter ödəniş forması
5. Prosesin	5.1. Material və enerji resursları üçün məsrəf standartlarının müəyyən edilməsi

optimallaşdırılması	5.2 İstehsal və texnoloji proseslərin optimallaşdırılması (istehsal olunan malların (işlərin, xidmətlərin) texnologiyası və keyfiyyəti məsələlərinin həlli)
6. Əmək xərclərinin azaldılması	6.1 Xərcləri azaltmaq üçün mükafatlandırma sisteminin və işçilərin motivasiyasının inkişafı (qənaət edilmiş xərclərin bir hissəsi işçilərə ödənilir) 6.2 İdarəetmə sisteminin yenidən nəzərdən keçirilməsi (lazımsız idarəetmə səviyyələrinin aradan qaldırılması)

Mənbə: https://iteam.ru/publications/finances/section_43/article_2468#

2. Satışın təşviqi. Bir çox şirkətlərin buraxdığı səhvlərdən biri ilkin bazar təhlili aparılmadan malların (işlərin, xidmətlərin) qiymətlərini artırmaqdır. Böhran vəziyyətində satışın artırılmasının əsas vəzifəsi mövcud müştərilərlə əlaqələri inkişaf etdirmək və potensial müştəriləri cəlb etmək, bazara yeni məhsul növləri üzrə təkliflər hazırlamaq, tədarük olunacaq xammal üçün müqavilələr bağlamaq, habelə cari müştəriləri nəzərdən keçirmək olmalıdır. Böhran zamanı satışın təşviqinin bir hissəsi kimi şirkətlər aşağıdakı cədvəldə təqdim olunan fəaliyyətlərdən istifadə edə bilərlər.

Cədvəl 3. Böhran zamanı satışın stimullaşdırılması tədbirləri

Tədbir	Tədbirin təsviri
Məhdud bazar araşdırmasının aparılması	Tədqiqatın əsas məqsədi bazar tutumunun müəyyən edilməsi, satış qiymətlərinin və satış həcminin artırılması imkanlarının qiymətləndirilməsidir. Tədqiqatda alıcıların hansına daha çox diqqət yetirdiyini nəzərə almaqla, məhsulun xüsusiyyətlərini əhəmiyyətinə görə sıralamaqla istehlakçı seçimlərini müəyyən etmək lazımdır. Bu, şirkətin tələb olunmamış xüsusiyyətlərdən imtina etməsinə səbəb olur və xərclərini azaldır.
Şirkətə ən çox gəlir gətirən malların qrupunun seçilməsi	Maksimum gəlir gətirən malların müəyyən edilməsi ABC təhlili ilə asanlaşdırılır. Şirkətin rəhbərliyi ilk məhsul qrupuna yəni "A" qrupuna diqqət yetirməlidir. Bunun üçün differensiallaşdırılmış motivasiya sistemi yaratmaq lazımdır. Belə ki, menecerlərin hər biri satışın həcmindən və məhsul kateqoriyasından asılı olaraq faiz alacaqdır.
Şirkətin çeşid və qiymət siyasətinə yenidən baxılması	Malların hər bir kateqoriyası üçün zərərsizliyin qiymətləndirilməsinin aparılması və bir neçə əvvəlki dövrlərin satış məlumatları ilə müqayisəsi həyata keçirilməlidir. Əgər hər hansı nomenklatura mövqeyi üzrə zərərsizlik nöqtəsi satış həcmindən yüksəkdirsə, o zaman bu məhsulun qiymət siyasətinə yenidən baxılmalı və ya onun istehsaldan (satışdan) çıxarılması mümkünlüyünün təhlili aparılmalıdır.

Mənbə: Odarenko T.Ye., Sapozhnik M.V., 2017, s.3.

3. Pul vəsaitlərinin hərəkətinin optimallaşdırılması. Bu böhran vəziyyətində şirkətin idarəetmə sistemində vacib vəzifələrdən biridir. Pul vəsaitlərinin hərəkətini optimallaşdırmaq üçün ilk addımlardan biri gündəlik nağd pul balansının uyğunlaşdırılmasıdır. Bu, cari ödənişlərin həyata keçirilməsi məqsədilə şirkətin hesablarında cari vəsait qalığı haqqında tam və etibarlı məlumat

verəcəkdir. Sonra cari ödənişlərin reyestrini yaratmalı və onların ödənilməsinin təcililik dərəcəsinə görə üstünlük verməlidir. Şirkət rəhbərliyi adi işçilərin iştirakı ilə aylıq müzakirənin nəticələrinə əsasən ödənişlərin prioritetini nəzərə almalıdır. Bundan sonra növbəti hesabat dövrü (ay, rüb, il) üçün ətraflı pul vəsaitlərinin hərəkəti büdcəsini formalaşdırmaq lazımdır. Belə büdcənin yaradılması şirkətin pul vəsaitlərinin hərəkətini optimallaşdırmağa və boşluqları proqnozlaşdırmağa kömək edəcəkdir.

Həmçinin, yuxarıda göstərilən tədbirlərlə yanaşı, şirkətin pul vəsaitlərinin hərəkətinin optimallaşdırılması çərçivəsində kapital qoyuluşları sahəsində siyasətə yenidən baxılması zəruridir:

- gəlir gətirə bilməyən uzunmüddətli investisiya layihələrini qismən və ya tamamilə dayandırmaq (bağlamaq);
- qismən və ya tam dayandırılması (bağlanması) mümkün olmayan layihələr üçün investisiya daxilolmalarının cədvəlini elə dəyişdirmək lazımdır ki, şirkətin büdcəsində nağd pul boşluqlarının yaranmasının qarşısı alınsın (Odarenko T.Ye., Sapozhnik M.V., 2017, s.4).

4. Şirkətin debitorları ilə iş və kommersiya kreditləşməsi sahəsində siyasətin islahatı. Böhran vəziyyətində olan şirkət mallarının hissə-hissə satışından tamamilə imtina etməlidir. Bu, satışların kəskin azalmasına səbəb ola bilər. Borclularla işi optimallaşdırmaq üçün şirkət aşağıdakı cədvəldə təqdim olunan tədbirlər kompleksini tətbiq etməlidir.

Cədvəl 4. Borcluların idarə edilməsi və kommersiya kredit siyasətinin islahat fəaliyyətləri.

Tədbir	Tədbirin təsviri
1. Borcluların ödəniş şərtlərinə görə strukturlaşdırılması	1.1 Debitor borclarının inventarının aparılması 1.1.1 Hər bir borclu üçün borcun məbləği və şərtləri 1.1.2 Ümidsiz borcların yaranma ehtimalının qiymətləndirilməsi 1.1.3 Borcun statusundan (ölçüsü, gecikmə vaxtı və s.) asılı olaraq borclulara təsir üsullarının müəyyən edilməsi 1.2 Ödəniş müddətləri üzrə borclular qruplarının formalaşdırılması (15 günə qədər; 15 gündən 20 günə qədər; 20 gündən 30 günə qədər və s.) 1.3 Borclular tərəfindən öhdəliklərin tam və vaxtında yerinə yetirilməsinə nəzarəti həyata keçirən borclu qrupların hər biri üzrə məsul şəxsin təyin edilməsi 1.4 Borclular tərəfindən öhdəliklərin tam və vaxtında yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək üçün işçilərin həvəsləndirilməsi üçün bonus sisteminin tətbiqi
2. Faktorinqin tətbiqi	2.1 Debitor borcların dəyərsizləşməsi zamanı zərərlərin müəyyən edilməsi 2.2 Faktorinq xidmətlərinin bazar təhlili 2.3 Faktorinq xərclərinin müəyyən edilməsi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

3. Alıcıların kredit qabiliyyətinin təhlili prinsiplərinin işlənib hazırlanması	3.1 Kredit qabiliyyəti olan müştərilər (əvvəllər göndərilmiş məhsullar üçün alınan müştəri vəsaitləri onun dəyərini tam ödəyir) 3.2 Yeni cəlb edilmiş müştərilər (şirkət tərəfindən qismən və ya tam ödənişin alınması)
4. Erkən ödəmə üçün endirimlər sisteminin formalaşdırılması və pul vəsaitlərinin hərəkətinin artımının proqnozlaşdırılması	4.1 Borclularla mövcud vəziyyətin modelləşdirilməsi 4.2 Nağd büdcənin qurulması 4.3 Gəlir və xərclər üçün büdcənin qurulması

Mənbə: https://iteam.ru/publications/finances/section_43/article_2468#

5. Kredit borclarının restrukturizasiyası. Kredit borclarının restrukturizasiyası dedikdə, kreditorlardan müxtəlif güzəştlərin alınması, xüsusən də şirkətə məxsus müxtəlif aktivlər müqabilində kredit üzrə faiz dərəcəsinin aşağı salınması və ya borcun məbləğinin azaldılması nəzərdə tutulur. Şirkətin kredit borclarının restrukturizasiyasının əsas yolları aşağıdakı cədvəldə təqdim olunur.

Cədvəl 5. Şirkətin kreditor borclarının yenidən qurulması yolları.

Yenidənqurma üsulu	Metodun məzmunu
Əsas vəsaitlərə mülkiyyət hüquqlarının verilməsi	Müdiriyyət borcun bir hissəsini şirkətə məxsus olan əsas vəsaitləri dəyişdirmək yolu ilə ödəmək üçün kreditorla razılaşa bilər. Kreditor qarşısında belə bir təklif vermək məqsədilə müəssisə bu vəsaitlərin istehsal və təsərrüfat fəaliyyəti üçün əhəmiyyət dərəcəsini qiymətləndirməli və bu vəsaitlərin digər öhdəliklərinin təmin edilməsinə əmin olmalıdır. Metod böyük vəsaitə malik olan və onları sərfəli qiymətə sata bilən şirkətlər üçün uyğundur. Şirkətdən alınan aktivləri istifadə edə və ya sata bilən kreditorlara da təklif oluna bilər.
Şirkətin səhmlərinin təyin edilməsi	Metod kreditorla şirkətin sahibi arasında borc maliyyələşdirməsinin təkmilləşdirilmiş şərtləri müqabilində şirkətin balansında olan səhmlər paketinin təhvil verilməsi haqqında razılaşmadan ibarətdir. Bu yanaşma kreditorlar tərəfindən, əgər onların kredit tələbləri şirkətin ümumi borcunun əhəmiyyətli hissəsini təşkil edirsə və ya digər şirkətlərdə səhm paylarını əldə etməklə öz əməliyyatlarını diversifikasiya etdikdə qəbul edilir.
Qarşılıqlı hesablaşmaların aparılması	Qarşılıqlı hesablaşmalar borcun restrukturizasiyasının geniş yayılmış üsullarından biridir. Çox vaxt debitor və kredit borclarının təhlili zamanı məlum olur. Bir şirkətin digərinə münasibətdə borc öhdəlikləri olur. Bundan əlavə, bir tərəfin digər tərəfi yazılı şəkildə xəbərdar etməklə borclarını ödəməsi kifayətdir. Şirkət həmçinin kreditorun borclarını üçüncü şəxsdən əhəmiyyətli endirimlə geri almaq və sonra tam məbləği əvəzləmək hüququna malikdir.

Kreditor borclarının yenidən planlaşdırılması	Çox vaxt kreditorlara olan borclar təmin edilmir. Bir şirkətdən borcun məhkəmə yolu ilə ödənilməsi halında, kreditorlar heç nə ala bilməzlər və ya onun yalnız bir hissəsini ala bilməzlər, çünki tələbləri təmin ediləcəkdir. "Təminatsız" kreditorlar üçün şirkət kredit üzrə faiz dərəcəsinin və ya onun məbləğinin azaldılması müqabilində və ya ödəmə müddətini artırmaqla borcunu təminatlı öhdəliklərə köçürə bilər. Həmçinin, təminatsız kreditin restrukturizasiyası məqsədi ilə şirkət borc verənə üçüncü şəxs tərəfindən təminat və ya qarantiya verilməsini təklif edə bilər. Əgər üçüncü şəxs bunu təkbaşına həyata keçirə bilmirsə, o, şirkətin borcunu ödəməyi öhdəsinə götürür.
Veksel üzrə kreditor borclarının ödənilməsi	Borcun restrukturizasiyası vasitəsi kimi veksel yeni müəyyən edilmiş ödəmə müddətləri ilə və bir qayda olaraq daha aşağı faiz dərəcəsi ilə icra edilən yeni öhdəlikdir. Bu dövrdə şirkət borc ödəməkdən azad edilir. Bu da onun maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin yaxşılaşmasına kömək edir. Təhlükəli vəziyyətdə olan şirkət, üçüncü tərəf borclarını əldə etməkdə maraqlı olduqda, kreditin restrukturizasiyası vasitəsi kimi vekseldən istifadə edə bilər.

Mənbə: Rodin D.YA., Qluxix L.V., Omelçenko A.V. 2015: s.21.

6. Böhran şəraitində kadrların idarə edilməsi. Xarici təhlükəni izləməklə, şirkətin sistematik dəyişikliklər etməyə vaxtı yoxdur. Bununla belə, əksər böhran vəziyyətlərində bütün təşkilati dəyişikliklər pul vəsaitlərinin, debitor borclarının, xərclərin idarə edilməsi baxımından yaranır. Bu da mümkün qədər tez həyata keçirilməlidir. Nəticə etibarı ilə, işçilərin iş yükünə təsir göstərir. Birlikdə götürdükdə, bu, şirkətdə davam edən dəyişikliklərə qarşı müqavimət yaradır. Bu vəziyyətdən çıxdıqda kollektiv arasında iş aparmaq, xüsusən də böhrandan çıxmaq üçün tədbirlər planını çatdırmaq lazımdır. Bu, həm şöbə müdirləri vasitəsilə, həm də işçilərin ümumi yığıncaqlarında edilə bilər.

Nəticə

Tədqiqat zamanı aparılan təhlilin nəticələrini aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

- Strategiyanın hazırlanmasından əvvəl strateji təhlil aparılmalıdır. Belə bir təhlil şirkət üçün zəruridir, çünki böhranın formalaşması onun fəaliyyətinin azalmasının nəticəsidir. Mexanizmin növbəti mühüm elementlərindən biri xarici mühitin vəziyyətindəki dəyişikliklərin proqnozlaşdırılmasıdır. Bu da xarici mənfi amillərin təsiri altında şirkətin texniki-iqtisadi göstəricilərində dəyişikliklərin və vəziyyətin müəyyən edilməsindən ibarətdir.
- Şirkətdə böhranın formalaşmasının səbəbləri həm onun fəaliyyət göstərdiyi bazarda ümumi tənəzzül, həm də onun səmərəsiz işləməsi, həm də məqsədlərinə çatmaq üçün inteqrasiya edilmiş fəaliyyət modeli olan inkişaf strategiyası ola bilər. Böhrandan çıxmağın sürəti və yolları bir çox cəhətdən onun baş vermə səbəblərindən və aşkarlanmasının tezliyindən asılıdır.
- Böhrandan çıxmaq üçün şirkət öz fəaliyyətinin dərin və ətraflı təhlilini aparmalı, onun nəticələrinə görə özü üçün ən uyğun alternativi seçib həyata keçirə biləcək. Birlikdə götürdükdə, fəaliyyətlərin təhlili, alternativlərin seçilməsi və həyata keçirilməsi böhrandan çıxmaq üçün şirkətin strategiyasının formalaşdırılması alqoritmi olan müəyyən hərəkət ardıcıllığını təmsil edir.
- Şirkəti böhrandan çıxarmaq prosesinin əsası onun formalaşması üçün bütün iqtisadi ilkin şərtlərin aradan qaldırılmasıdır. Buna görə də proqramın hazırlanması likvidlik, gəlirlilik, etibarlılıq, riskin ağlabatan kombinasiyası prinsiplərinə əsaslanmalıdır. Bu, şirkətin böhrandan çıxış yolunu nə qədər düzgün seçəcəyindən, birlikdə davam edən fəaliyyətin strategiyasını və taktikasını təmsil edən şirkətin gələcək potensialından və perspektivlərindən asılıdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ƏDƏBİYYAT

1. Gömleksiz A. "Mushtarak muassisalarda biznesin inkishafı və idara olunması problemləri (Azarbaycan-Turkiya materialları asasında)". Bakı, 2013
2. Gerchik İ. "Yoneticiler İchin Gerchek Kriz Oykuleri, Kriz Yonetimi ve Kurum Kulturu". İstanbul, 2017
3. Ozdemir A. "Kriz Yonetimi ve Halkla İlishkiler", İzmir, 2014
4. Bolshakov A.S. «Antikrizisnoye upravleniye na predpriyatii. Finansovıy i sistemnıy aspektı». Moskva, 2016
5. Brodskiy B.Ye. Antikrizisnoye upravleniye». Moskva, 2019
6. Berdnikova T.B. Analiz i diagnostika finansovo-xozyaystvennoy deyatelnosti predpriyatiya. Moskva, 2016.
7. Qubina O.V. (2016) Analiz finansovo-xozyaystvennoy deyatelnosti. Moskva? 2016
8. Odarenko T.Ye., Sapozhnik M.V. Antikrizisnoye upravleniye predpriyatiem // Tavriçeskiy nauçnıy obozrevatel, Moskva, 2017
9. Rodin D.YA., Qluxix L.V., Omelçenko A.V. «Problemı sovremennıx metodov antikrizisnoqo upravleniya predpriyatiy Krasnodarskoqo kraya v usloviyax qlobalnıy ekonomiki» // Nauchnıy jurnal, Moskva, 2015
10. https://iteam.ru/publications/finances/section_43/article_2468#

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Адиль Ахмедов[1], Эльнур Шарифов[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор философии по экономике,
[2]Магистрант, elnurserifov498@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена методике оценки состояния компании в условиях кризиса и формированию ее стратегии. В исследовании отмечены пути формирования стратегии предприятием в кризисной ситуации, в том числе отражена информация об альтернативных стратегиях вывода предприятия из кризиса. Основным предметом исследования были выбраны вопросы диагностики состояния компании, стратегического анализа при определении механизма формирования стратегии, прогнозирования изменений внешней среды, разработки стратегических альтернатив, выбора стратегии, ее реализации, оценки ее эффективности и внесения необходимых изменений на этапе разработки стратегических альтернатив. Несмотря на то, что причины кризиса для всех компаний носят индивидуальный характер, в целях его преодоления существуют такие универсальные инструменты управления, как снижение затрат, стимулирование сбыта, оптимизация движения денежных средств, работа с дебиторами компании и проведение

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

реформ политики в области коммерческого кредитования, реструктуризация кредитной задолженности, управление персоналом. Схема формирования стратегии фирмой в кризисной ситуации включает в себя диагностику состояния фирмы, выявление причин негативных тенденций, внутренних причин, общих методов восстановления ликвидности и платежеспособности, эффективности деятельности, нахождение путей снижения затрат, наличие стабильности потерь в производстве, снижение вредной деятельности, снижение затрат, оценку после событий, внешних причин, проведение маркетинговых исследований, оценку товаров (работ) на рынке, услуги) спрос, он состоит из обзора стратегии концентрации, стратегии диверсификации, оценки состояния компании после событий и внешнего контроля.
Ключевые слова: стратегический анализ, схема формирования стратегии, инструмент управления, стратегия диверсификации

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-100

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
116-126

DETERMINATION OF THE ISSUE OF RESTORATION OF RAW MATERIAL SOURCES OF THE FOOD INDUSTRY IN THE LIBERATED TERRITORIES

Sahib Mammadov[1], Elkhan Abdullazade[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor,
[2]Master student, dasqinmahmudov12@gmail.com

ABSTRACT

At present, large-scale measures are being taken in the direction of the restoration of the territories freed from occupation, ensuring their future development, creating the necessary infrastructure, and returning the population to their native homes. In order to ensure their equal development by effectively using the rich economic potential, natural resources and wide tourism opportunities of these areas, the expediency of carrying out all work on the basis of a single program requires a review of the division of the liberated regions into economic regions.

The food industry, as a branch of the economy, characterizes the development characteristics of the productive forces and production relations of food production areas that provide the country's population with basic food products. The food industry is closely related to all sectors of the economy. A significant part of the goods transported from the territory of Azerbaijan by various types of transport is food products. Traditionally, the relationship between the food industry and agriculture is strong. The food industry is a strategically important sector of Azerbaijan's economy. The importance of this is determined by the fact that the consumers of the products of this industry are the residents of the country, the food industry provides them with vital products regardless of imports. Therefore, the current level of development, trends, problems and prospects of the industry are of scientific and practical interest.

In short, the necessary works are being carried out in the direction of the restoration of administrative bodies, the creation of transport, energy and communication infrastructure in the territories that have already been liberated from occupation. All these measures will allow settlement, restoration and improvement works to be carried out at full speed in the territories freed from occupation. The other direction of restoration work in the regions freed from occupation is organized by measures in the field of food and processing industry. Thus, it is expected that opportunities for the processing of agricultural products will arise with the return of people to the territories freed from occupation.

The effectiveness of the state regulation of the agrarian sector depends on the formation of the relevant regulatory legal framework. The main objectives of improving the legislative framework should be strengthening regulatory functions, supporting private sector initiatives, meeting domestic demand with competitive products and strengthening export potential. In the direction of the implementation of these main directions, the directions of action of public and private institutions in the state administration system should be clearly defined, and a new legal-normative basis of cooperation and action mechanisms should be created between them.

The main supplier of raw materials for the food industry is agriculture. The territories freed from occupation are a large agricultural region that plays an important role in the economy of Azerbaijan. The presence of favorable soil and climate conditions in the region creates ample

opportunities for the development of the agricultural and animal husbandry sectors in the area. The fact that our freed territories have clean and rich natural resources is considered one of the main indicators of high potential from an economic point of view. Surrounded by the Zangezur mountain range and covering a large area, the region extending from the territory of Lachin and Kalbajar to Nakhchivan, located in the eastern part of the Zangezur plateau, has a wide potential, especially in terms of the food industry sector. In order to ensure the restoration and rapid development of Zangilan, Gubadli, Jabrayil, Lachin and Kalbajar regions in that region, the Karabakh region with a rich historical and cultural heritage, including Agdam, Shusha, Fuzuli, Tartar, Khojavand, Khojaly regions and the city of Khankendi, as well as the Karabakh region It has become necessary to create economic regions such as Agjabedi and Barda regions.

Due to the rich potential of the region, the state has prepared a plan of measures related to the region, which includes the goals of protecting suitable local varieties, creating a high-tech laboratory, conducting soil, water and plant analysis. In order to ensure food safety in the Republic of Azerbaijan, in 2019, the State Program for monitoring, evaluating and ensuring the food sector was adopted by the Center for the Analysis of Economic Reforms. In addition, the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan on the approval of the "State Program for ensuring food safety in the Republic of Azerbaijan for 2019-2025" (hereinafter - the State Program) is also provided. It is intended that these programs will be applied to the areas freed from occupation and that monitoring will be carried out to determine the food industry potential of those areas. This report also includes results-based monitoring and evaluation results of the State Program for the mentioned years.

The article is devoted to determining the food industry potential of the territories freed from occupation. In the study, the importance and possibilities of restoring the food industry raw material base in the liberated territories were analyzed, the potential of agriculture supplying the food industry with food was determined, and the issue of state regulation of the food industry was clarified.

Keywords: agriculture, food industry, state program, territories liberated from occupation, reconstruction.

İŞĞALDAN AZAD OLMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ QİDA SƏNAYESİNİN XAMMAL MƏNBƏLƏRİNİN BƏRPASI MƏSƏLƏSİNİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

Sahib Məmmədov[1], Elxan Abdullazadə[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1] İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, dasqinmahmudov12@gmail.com

XÜLASƏ

Hazırda işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, onların gələcək inkişafını təmin etmək, lazımi infrastrukturun yaradılması, əhalinin öz doğma yurd-yuvalarına qaytarılması istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlər həyata keçirilir. Bu ərazilərin zəngin iqtisadi potensialından, təbii

sərvətlərindən və geniş turizm imkanlarından səmərəli istifadə etməklə onların bərabər inkişafını təmin etmək üçün bütün işlərin vahid proqram əsasında aparılmasının məqsədəuyğunluğu işğaldan azad edilmiş rayonların iqtisadi rayonlara bölünməsinə yenidən baxılmasını tələb edir.
Qida sənayesi iqtisadiyyatın bir sahəsi kimi ölkə əhalisini əsas ərzaq məhsulları ilə təmin edən qida istehsalı sahələrinin məhsuldar qüvvələrinin və istehsal münasibətlərinin inkişaf xüsusiyyətlərini xarakterizə edir. Qida sənayesi iqtisadiyyatın bütün sahələri ilə sıx bağlıdır. Azərbaycan ərazisindən müxtəlif nəqliyyat növləri ilə daşınan malların əhəmiyyətli bir hissəsi ərzaq məhsullarının payına düşür. Ənənəvi olaraq qida sənayesinin kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsi möhkəmdir. Qida sənayesi Azərbaycan iqtisadiyyatının strateji əhəmiyyətli sahəsidir. Bunun əhəmiyyəti onunla müəyyən edilir ki, bu sənayenin məhsullarının istehlakçıları ölkə sakinləridir, yeyinti sənayesi onları idxaldan asılı olmayaraq həyati əhəmiyyətli məhsullarla təmin edir. Buna görə də sənayenin hazırkı inkişaf səviyyəsi, tendensiyaları, problemləri və perspektivləri elmi və praktiki baxımdan maraq doğurur.
Məqalə işğaldan azad olunmuş ərazilərin qida sənaye potensialının müəyyən edilməsinə həsr edilmişdir. Tədqiqatda işğaldan azad olmuş ərazilərdə qida sənaye xammal bazasının bərpasının əhəmiyyəti və imkanları təhlil edilmiş, qida sənayesini ərzaqla təmin edən kənd təssərüfatının potensialı müəyyən edilmiş, yeyinti sənayenin dövlət tənzimlənməsi məsələsinə aydınlıq gətirilmişdir.
Açar sözlər: kənd təsərrrüfatı, yeyinti sənayesi, dövlət proqramı, işğaldan azad olunmuş ərazilər, yenidənqurma

Giriş

İşğaldan azad edilmiş ərazilərimizə “Böyük Qayıdış”ın təmin edilməsi məqsədilə Azərbaycan dövləti tərəfindən kompleks tədbirlər planlarının hazırlanması ilə yanaşı, bu istiqamətdə artıq çox mühüm əməli tədbirlərə başlanılıb. Belə ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə sosial-iqtisadi, humanitar, təşkilati və digər təxirəsalınmaz məsələlərin həlli, habelə bu sahədə fəaliyyətin əlaqələndirilməsi üçün səlahiyyətli dövlət orqanlarının rəhbərlərindən ibarət Əlaqələndirmə Qərargahı yaradılmışdır (Azerbaycan Respublikasının ishgaldan azad edilmish erazilərinde meselelerin merkezleshdirilmish qaydada helli ile baglı Elaqelendirme Qerargahının yaradılması haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2020-ci il 24 noyabr tarixli Serencamı). Həmçinin işğaldan azad edilmiş ərazilərdə davamlı məskunlaşma üçün müasir və ləyaqətli yaşayışın təmin edilməsi, bütün sahələrdə tikinti, bərpa və abadlıq işlərinin aparılması, o cümlədən insanların təhlükəsiz yaşayışını, səmərəli fəaliyyətini və rifah halının daim yüksəldilməsini təmin etmək məqsədilə “Qarabağın Dirçəlişi Fondu” publik hüquqi şəxs yaradıldı (“Qarabag Dirchəlish Fondu” publik huquqi shexsin yaradılması haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 04 yanvar tarixli Fermanı).
Bir sözlə, artıq işğaldan azad edilmiş ərazilərdə inzibati orqanların bərpası, nəqliyyat-energetika və kommunikasiya infrastrukturunun yaradılması istiqamətində zəruri işlər görülür. Bütün bu tədbirlər işğaldan azad edilmiş ərazilərdə məskunlaşma, bərpa və abadlıq işlərinin tam sürətlə aparılmasına imkan verəcək. İşğaldan azad edilmiş rayonlarda bərpaetmə işlərinin digər istiqamətini qida və emal sənayesi sahəsində aparılan tədbirlər təşkil edir. Belə ki, insanların işğaldan azad edilmiş ərazilərə qayıtması ilə kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı üçün imkanlar yaranacağı gözlənilir.

Məqsəd

İşğaldan azad edilmiş rayonlarda bərpaetmə işlərinin digər istiqamətini qida və emal sənayesi sahəsində aparılan tədbirlər təşkil edir. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə qida sənaye xammal bazasının bərpasının əhəmiyyəti və imkanlarını araşdırmaq məqalənin əsas məqsədini təşkil edir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

İşğaldan azad olmuş ərazilərdə bərpa və yenidənqurma işlərinin aparılması müasir dövrün aktuallıq tələb edən məsələsidir. Qida sənayesinin bu ərazilərdə inkişaf etdirilməsi dövlət tərəfindən tənzimlənir. Eyni zamanda bu ərazilərin əlverişli şəraiti kənd təsərrüfatı və yeyinti sənayesinin inkişafına öz müsbət təsirini də göstərəcəkdir.

Metodlar

Tədqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə işğaldan azad olunmuş ərazilərdə qida sənayesinin mövcud vəziyyətini öyrənmək və problemlərin təhlilini aparmaq, həmçinin regionun qida sənayesinin potensialını müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Qida sənayesi emal sənayesinin mühüm sahələrindən biri olmaqla, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində əsas resursdur. Müxtəlif texniki-texnoloji proseslərə və infrastruktura malik olan yeyinti sənayesi kənd təsərrüfatı ilə birlikdə xalq təsərrüfatının formalaşmasında, iqtisadi və siyasi müstəqilliyinin təmin edilməsində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əhalinin həyat səviyyəsi və onların fiziki həyatı əsasən kənd təsərrüfatının və yeyinti sənayesinin inkişaf səviyyəsindən asılıdır. Qida sənayesi tərəvəz, meyvə, şəkər, ət, süd, tütün, çörək, pivə, alkoqollu və alkoqolsuz içkilər, qənnadı məmulatları istehsalı və s. kimi xammalın ilkin və təkrar emalını əhatə edir. Bu, müxtəlif, ekoloji cəhətdən təmiz qida fondunun yaradılması üçün strateji əhəmiyyətli sahədir. Sənayenin əhəmiyyəti nəzərə alınaraq, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı müəssisələrinin və yeyinti sənayesi müəssisələrinin özəlləşdirilməsi həyata keçirilmiş, müstəqilliyin ilk illərindən yeni mülkiyyət münasibətlərinin formalaşdırılması istiqamətində ardıcıl və məqsədyönlü tədbirlər həyata keçirilmişdir (Guliyev E.A., 2020:52 s).

01.01.2021-ci il tarixində statistik məlumatlara əsasən, ərzaq məhsulları istehsalı üzrə 393, içki istehsalı üzrə 120, tütün məmulatları istehsalı üzrə 10 müəssisə fəaliyyət göstərmişdir. Bu müəssisələrin 44,5 faizini yeyinti məhsulları istehsalı üzrə orta və iri müəssisələr, 45,8 faizini içki istehsalı müəssisələri, 60 faizini isə tütün məmulatlarının istehsalı üzrə müəssisələrin orta və iri müəssisələri təşkil edib. Əgər 2014-cü ildə ərzaq məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan müəssisələrin 95,3 faizini qeyri-dövlət müəssisələri təşkil edirdisə, 2021-ci ildə onların xüsusi çəkisi 98,2 faiz təşkil edib. 2014-cü ildə yeyinti sənayesinə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar 2018-ci ildəki 92,6 milyon manatdan 196,6 milyon manata çatıb. İnvestisiyaların 91,6%-ni (180,1 mln. manat) daxili investisiyalar təşkil edib (Abbasov İ.M., Aliyev T.N., 2018: 60 s.).

Bildiyimiz kimi qida sənayesinin əsas xammal təminedicisi kənd təsərrüfatıdır. İşğaldan azad olunan ərazilər Azərbaycan iqtisadiyyatında önəmli yer tutan iri kənd təsərrüfatı regionudur. Regionda əlverişli torpaq-iqlim şəraitinin olması ərazidə kənd təsərrüfatının bitkiçilik və heyvandarlıq sahələrinin inkişafına geniş imkanlar yaradır.

Hazırda yerli taxılçılığın və üzümçülüyün faktiki inkişaf dinamikasını nəzərə alsaq, rayonun taxılçılıq və üzümçülükdə payının təxminən eyni olacağı gözlənilir. Bundan əlavə, Qubadlı, Zəngilan rayonlarında ənənəvi becərilən tütün, Ağdam və Füzuli rayonlarında pambıq, Cəbrayıl,

Ağdam, Zəngilan, Ağdərə və Füzuli rayonlarında üzümçülüyün bərpası nəzərdə tutulur (İbrahimov İ.H., 2021:52 s.).

Sovet dövründə üzümçülük, meyvəçilik, tərəvəzçilik, taxılçılıq, pambıqçılıq və kənd təsərrüfatının digər sahələri uğurla inkişaf etdirilirdi. Qeyd edək ki, əgər emal sənayesinin digər sahələrində xammal bazası olarsa, üzümçülük, meyvə-tərəvəz konservlərini inkişaf etdirmək, istehsala başlamaq asan olacaq. Bölgələrdə yaradılan xüsusi parklarda kənd təsərrüfatı və yeyinti sənayesinin inkişafı ilə yanaşı, məhsulların saxlanması və qablaşdırılması üçün sahələr də yaradılacaq. Beləliklə, bitkilərin becərilməsi, onların emalı və hazır məhsulun əldə edilməsi daxil olmaqla, "tarladan piştaxtaya" prinsipi üzrə tam istehsal dövrü təmin ediləcək. Bu, nəqliyyat xərclərini azaldacaq və nəticədə məhsulun rentabelliyini artıracaqdır (https://oxu.az./economy/519675).

Rayonda ənənəvi əkin sahələrinin bərpası ilə yanaşı, tərəvəz, kartof, yem və bostan bitkilərinin əkinini genişləndirmək üçün böyük imkanlar var. Yüksək əlavə dəyər yaratmaq, emal sənayesini xammalla təmin etmək və ixrac imkanları baxımından bu rayonlarda yetişdirilən meyvələrin məhsuldarlığının artırılmasına xüsusi diqqət yetiriləcəyi gözlənilir.

Belə ki, Azərbaycanda işğaldan azad edilmiş rayonlarda bərpa işləri davam etməkdədir. Bu bərpa işləri həmçinin rayonların sosial-iqtisadi göstəricilərini artırmaq yönündə xüsusilə davam etdirilir. Təəssüflər olsun ki, Ermənistanın təcavüzü nəticəsində ərazidə fəaliyyət göstərən bir çox kənd təsərrüfatı müəssisələri, o cümlədən kolxoz, sovxoz, təsərrüfat birlikləri və aqrofirmalar öz fəaliyyətini dayandırıb (https://cyberleninka.ru/article/n/formation-of-the-food-industry-in-the-liberated-territories-of-azerbaijan).

Həmçinin işğaldan azad olunmuş ərazilərdə qida sənayesinin bərpası istiqamətində də mühüm addımlar atılmaqdadır. Müasir şəraitdə yeyinti sənayesinin iqtisadiyyatının dövlət tənzimlənməsi sistemi ardıcıl xarakter daşımalı, bu sahədə mövcud olan bərpa və yenidənqurma prosesindəki geriliyi aradan qaldırmaq üçün kifayət edən kompleks tədbirləri əks etdirməli və onun sürətli inkişafına zəmin yaratmalıdır. Hesab edirik ki, yeyinti sənayesinin dövlət tənzimlənməsinin daha da intensivləşməsi üçün aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilməlidir (Rzayev V.R., 2015: 72 s.):

1) qida sənayesində yeni texnologiyaların tətbiqinin stimullaşdırılması;
2) işğaldan azad edilmiş ərazilərdə qida sənayesinin mütərəqqi strukturunun yaradılması və investisiyaların stimullaşdırılması;
3) ərzaq istehsalının maliyyə resurslarına olan tələbatının ödənilməsi üçün şəraitin yaradılması;
4) qida sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi;
5) ərazidə qida sənayesi infrastrukturlarının formalaşmasına köməklik göstərmək;
6) qida sahəsində çalışan işçilərin ixtisasının artırılması və s.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə yeyinti sənayesinin davamlı inkişafını təmin etmək üçün dövlətin iqtisadi tənzimləyicilərinin səmərəli fəaliyyəti baxımından bir sıra ərazilərə aid xüsusi hüquqi-normativ aktların qəbul edilməsi məqsədəuyğun hesab edilə bilər. Belə ki, bu sahədə aşağıdakı tədbirlərin görülməsi mütləq hesab olunmalıdır (https://audit-journal.az/files/articles/107.pdf):

1) qida sənayesinin dövlət tənzimlənməsi;
2) qida sənayesinin inkişafına dövlət dəstəyi;
3) sənayedə maliyyə-kredit münasibətlərinin tənzimlənməsi;
4) ərzaq məhsulları istehsalçılarının maliyyə baxımından sağlamlaşdırılması;
5) ərzaq məhsullarının və xammalın idxalının tənzimlənməsi;
6) yeyinti sənayesi ilə iqtisadiyyatın digər sahələri arasında qiymət nisbətinin təmin edilməsi.

Dövlətlə müqavilə şərtlərini yerinə yetirən müəssisələrə ünvanlı dövlət yardımının göstərilməsi (məhsul istehsalının həcminin və çeşidinin artırılması, məhsul vahidinə düşən xərclərin azaldılması və s.) büdcə yardımının göstərilməsi əsasında həyata keçirilir. İlk növbədə onların maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş aşağıdakı istiqamətlər nəzərdə tutulmuşdur:
1) istehsalçılara öz gəlirlərini artırmaqda köməklik göstərmək;
2) kənd təsərrüfatı və sənaye məhsulları arasında qiymət fərqinin aradan qaldırılması üçün zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsi;
3) işğaldan azad edilmiş ərazilərdə yeyinti sənayesi müəssisələrinin yaradılması, stimullaşdırılması, struktur dəyişiklikləri və prioritet sahələrdə dövlət yardımının göstərilməsi;
4) maliyyə sağlamlaşdırılması üzrə zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsi;
5) qida sənayesi müəssisələrində sığorta sisteminin təkmilləşdirilməsi;
6) bazar konyukturasında baş verən dəyişikliklərə uyğun olaraq sahənin səmərəli kreditləşmə mexanizminin formalaşdırılması;
7) daxili ərzaq bazarının formalaşdırılması, infrastrukturun inkişafının stimullaşdırılması;
8) kredit mənbəyi kimi sahibkarların tədricən aktivləşdirilməsi.
Bu çərçivədə həyata keçirilən layihələr qısa müddət ərzində ərazilər üçün sabit və inkişaf perspektivinə çevrilmiş, iqtisadi baxımdan mühüm rol oynamışdır.
Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci maddəsini rəhbər tutaraq işğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadiyyatın bərpasının sürətləndirilməsi və investisiya cəlbediciliyinin inkişafı, müasir və səmərəli istehsal, ticarət və xidmət infrastrukturunun yaradılması, innovativ texnologiyaların tətbiqi, sənaye potensialının reallaşdırılması, optimal inkişaf və stimullaşdırma mexanizmləri biznes mühitini yaratmaq və yaxşılaşdırmaq üçün qərarları təmir edir (İbrahimov İ. H., 2021:52).
Bu günə qədər KOBİA azad edilmiş ərazilərdə biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən sahibkarlardan çoxlu müraciətlər alıb. Bu təşviqlər əsasən qida sənayesində istehsal, turizm, tekstil, tikinti, tibb fəaliyyəti, eləcə də ictimai iaşə və kənd təsərrüfatı sahələrini əhatə edir. Məlum olub ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən şəxslər əsasən qida və ictimai iaşə müəssisələrinin yaradılmasına daha çox maraq göstərirlər (http://www.anl.az/down/meqale/525/2021/yanvar/732496.htm).
İşğaldan azad edilmiş ərazilərimiz təmiz və zəngin təbii sərvətlərə malik olması iqtisadi baxımdan yüksək potensialın əsas göstəricilərindən hesab edilir. Zəngəzur dağ silsiləsi ilə əhatə olunmuş və böyük bir ərazini əhatə edən Laçın və Kəlbəcər ərazisindən Naxçıvana qədər uzanan, Zəngəzur yaylasının şərq hissəsində yer alan region xüsusilə qida sənaye sektoru baxımından geniş potensiyala malikdir. Həmin regionda Zəngilan, Qubadlı, Cəbrayıl, Laçın və Kəlbəcər rayonlarının bərpasını və sürətli inkişafını təmin etmək məqsədi ilə zəngin tarixi-mədəni irsə malik Qarabağ regionun, o cümlədən Ağdam, Şuşa, Füzuli, Tərtər, Xocavənd, Xocalı rayonları və Xankəndi şəhəri, həmçinin Qarabağ bölgəsinin Ağcabədi və Bərdə rayonları kimi iqtisadi rayonların yaradılması zəruri hala çevrilmişdir.
Məhz regionun zəngin potensiala malik olması səbəbindən regionla bağlı dövlət tərəfindən uyğun yerli sortları qorumaq, yüksək texnologiyalı laboratoriyanın yaradılması torpaq, su və bitki analizlərinin aparaılması kimi məqsədləri özündə əks etdirən regionla bağlı tədbirlər planı hazırlamışdır. Azərbaycan Respublikasında qida təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədi ilə 2019-cu ildə İqtisadi İslahatların Təhlili Mərkəzi tərəfindən qida sektoruna nəzarət edilməsi, qiymətləndirilməsi və təmin edilməsi üzrə Dövlət Proqramı qəbul edilmişdir. Bundan əlavə

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

"Azərbaycan Respublikasında qida təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə dair 2019–2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı (bundan sonra – Dövlət Proqram) da nəzərdə tutulmuşdur. Məhz həmin proqramlar işğaldan azad olunan ərazilərə də tətbiq edilərək həmin ərazilərin qida sənaye potensiyalının müəyyən edilməsi üzrə monitorinqlərin həyata keçririləcəyini də nəzərdə tutmaqdadır. Bu hesabatda nəticələrə əsaslanan monitorinq və Dövlət Proqramının qeyd edilən illər üzrə qiymətləndirilməsinin yekunlarını da əhatə edir.

Dövlət Proqramının monitorinqi və qiymətləndirilməsi işğaldan azad olunmuş region üzrə strateji baxışa, əsas prioritetlərə, fəaliyyət istiqamətlərinə uyğun olaraq həyata keçirilir. Burada əsas və digər icraçı qurumlar tərəfindən verilən məlumatların işlənməsi ilə plan və nəticələr çərçivəsi ilkin nəticələrə, və təsir göstəricilərinə əsaslanır. Qiymətləndirmənin nəticələri 3 səviyyəyə bölünür:

1. Birinci səviyyə: Tam nailiyyət səviyyəsi olub həmin regionda gələcək dövrlərdə qida sektoru ilə bağlı fəaliyyətlərinin tam və planlaşdırlmış şəkildə həyata keçirildiyi halda mümkün olur. Yəni burada əldə edilən nəticələrin nailiyyət faizi ən azı 80 faiz və daha yüksək göstərici təşkil etməlidir. Həmin səviyyə göstəricisi yaşıl rəngdə qeyd edilir.
2. Qismən nailiyyət səviyyəsi: qida sektoru ilə bağlı fəaliyyətlər kifayət qədər icra edilməmiş, gözlənilən nəticələrə tam şəkildə nail olunmamışdır. Burada əldə edilən nəticə göstəricisi 30 və 80 faiz arasında dəyişiklik göstərir. İkinci səviyyə göstəricisi sarı rənglə qeyd edilir.
3. Hədəflərə nail olunmamış səviyyə: Bu səviyyədə heç bir nəticə əldə edilməmiş və ya çox az iş görülmüdür. Bu səviyyə qırmızı rənglə qeyd edilir. Burada əldə edilən nailiyyət faizi 30 və bu səviyyədən aşağı olur. İşğaldan azad edilmiş ərazilərin qida sənaye potensiyalının monitorinqi əsasında müəyyən edilmişdir ki, qida potensialının dəyərləndirilməsi səviyyəsi çox aşağı olub üçüncü səviyyədədir.

Dövlət Proqramının monitorinqi və qiymətləndirilməsi çərçivəsində region üzrə kəmiyyət göstəriciləri iki qrupa bölünərək - artan və kumulyativ göstəricilər olaraq göstərilmişdir. Bundan əlavə, ən yaxşı qlobal təcrübələr nəzərə alınmaqla, göstəricilər də qruplaşdırılaraq müsbət və mənfi göstəricilər kimi qeyd edilmişdir. Region üzrə müsbət və mənfi artım göstəricilərinin icra faizinin hesablanması aşağıdakı düsturlara əsaslanır (https://ereforms.gov.az/files/monitoring/pdf/en/f7a000ba1703ecac7b05b1da791211b6.pdf):

$$Artan^{+} = \frac{V^{faktiki}}{V^{hədəf}}$$

$$Artan^{-} = \frac{V^{hədəf}}{V^{faktiki}}$$

Ümumi məcmu göstəricilər isə aşağıdakı düsturlar əsasında hesablanır:

$$Ümumi\ məcmu\ göstəricilər = \frac{V^{faktiki} - V^{əsas}}{V^{hədəf} - V^{əsas}}$$

Proqramda keyfiyyət göstəricisi kimi Bəli/Xeyr kimi cavablandırılan göstəricilər hesablanarkən belə qiymətləndirilir. "Bəli" üçün 100% və "Xeyr" üçün 0%. Hər bir göstərici üzrə 100%-dən yuxarı olan faizlər 100 faiz kimi hesablanmışdır. İşğaldan azad olunan ərazilərdə yuxarıdakı düsturlarla aparılan hesablamalar əsasında əldə edilən nəticə çox aşağı olmuşdur. Hesablamalar əsasında əldə edilən nəticənin zəif olmasının əsas səbəblərindən biri qida sənayesində sərmayə

qoyuluşlarının aşağı səviyyədə olması, həmiçinin kapital artımı tendensiyası isə üzrə zəif göstəricilərin müşahidə olunmasıdır (https://ereforms.gov.az/files/monitoring/pdf/en/f7a000ba1703ecac7b05b1da791211b6.pdf).

Eyni zamanda, dəyərlərə uyğun olaraq əsas kapitala qoyulan investisiyaların həcmi (ÜDM-də %-lə) 25%-dən aşağı olmamalıdır, əks halda təkrar istehsal prosesi pozulur. Burada qeyd edilən standartlar xüsusilə işğaldan azad edilən regionılaırn qida sənayesi üçün də müəyyən edilməlidir. Region üzrə ərzaq təhlükəsizliyini təmin edən sənaye sahələri üzrə formalaşmaqda olan investisiya siyasətini təhlil edərək özəl sektor mənfəətini qoruyaraq istehsalın inkişafına, ikincisi qiymət amilinə (Burada qiymət amili investisiya cəlbediciliyinə əhəmiyyətli təsir göstərir) xüsusi diqqət göstərmək lazımdır. Əksər məhsul növləri üzrə qiymət tənzimləmə prosesinin olmaması rentabellik və xərclərin ödənilməsi dövrlərində əhəmiyyətli fərqlərə səbəb olur bu da regionda qida sektoru sənayesinin inkişafının ləngiməsinə səbəb olur (https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/azerbaycanin-erzaq-tehlukesizliyi-isgaldan-azad olunan-erazilerin-hesabina-daha-da-guclenecek-443).

Bundan əlavə digər bir problem isə torpaq və su analizi laboratoriyalarının sayı həm region üzrə həm də ölkənin ümumi sahəsi üzrə məhdud sayda olmasıdır. Ölkə ərazisində yalnız Bakı şəhərində bir neçə laboratoriya fəaliyyət göstərir. Həmin laboratoriyalara nümunə olaraq Nazirliyin Fitosanitariya İdarəsinin Toksikologiya Laboratoriyası, Gömrük İdarəsinin laboratoriyası və İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin İxtisaslaşdırılmış Laboratoriyalarını göstərə bilərik. Qeyd edilən laboratoriyalar aflatoksin analizi edə bilir və həmin ərazidən gələcəkdə ixrac edilməsi gözlənilən heyvandarlıq məhsullarının, eləcə də meyvə və tərəvəzlərin keyfiyyətini yoxlamaq imkanına malikdir. Buna baxmayaraq Azərbaycan Respublikası ərazisində hələ də GMO analizlərini həyata keçirən laboratoriyalar mövcud deyildir.

Xüsusilə Qarabağ iqtisadi rayonunda nar, fındıq və üzüm məhsullarının belə bir potensiala malik olması gələcək də regionda meyvəçilik sektoru inkişaf etdiriləcəyi təqdirdə işğaldan azad olunan ərazilərdə ixracat potensiyalının artırılmasına səbəb olacaqdır. Belə bir irəliləyiş davamlı şəkildə müşahidə olunarsa regional inkişafa öz töhfəsini verəcəyi gözlənilir.

İşğaldan azad edilən ərazilərdə tərəvəz məhsulları taxıl məhsulları və şəkər çuğunduru məhsullarının potensial göstəriciləri olduqca yüksək səviyyədədir. Üzüm istehsalı potensialı isə Qarabağ iqtisadi zonasında nəzərəçarpacaq səviyyədə yüksəkdir. Məhz bu ərazilərin qida sənayesi sektorundan səmərəli şəkildə istifadə edilməsi məqsədi ilə Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyev "İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Sərəncam vermişdir. Hazırda Dövlət Vergi Xidməti tərəfindən həmin ərazilərin iqtisadi diaqnostikası aparılır və bu dərin təhlil əsasında təkliflərin hazırlanması yönündə planlar hazırlanır. Sənədə əsasən, azad edilmiş ərazilərin inkişafı üçün bir sıra vergi güzəştləri və imtiyazları tətbiq olunacağı nəzərdə tutulur. Təkliflərə görə, əkinçilik fəaliyyəti ilə məşğul olacaq sahibkarlar üçün Qarabağ və Şərqi Zəngəzur torpaq vergisindən başqa bütün vergilərdən azad ediləcək. Bundan əlavə işğaldan azad edilmiş ərazilərində investisiya məbləğini artırmaq üçün sənaye zonalarının cəlbediciliyi üzrə vergi və gömrük sahələrində bir sıra güzəşt tədbirləri hal-hazırda həyata keçirilir. Burada Sənaye Texnologiyaları Parklarında və Ələt Azad İqtisadi Zonasında təşviq edilmiş bu güzəştlər işğaldan azad edilmiş ərazilərdəki sənaye müəssisələrinə də şamil ediləcəkdir. Cəbrayılda yaradılacaq "Araz Vadisi İqtisadi Zonası" Sənaye Parkı böyük perspektivlər vəd edir. Yaxın günlərdə nəzərdə tutulan qeyd edilən parkın açılışı ölkə ərazisində bu sahədə ilk investisiya layihəsi olacaqdır. Həmin lahiyə Rusiyanın KamAZ şirkəti tərəfindən investisiyalaşdırılır (Bagirov M., 2022; s.10).

Xarici investorlara regiona olan marağını artırmaq üçün vergi güzəşti tətbiq edilir. Hazırda 50-dən çox xarici şirkət azad edilmiş ərazilərin bərpası layihələrində iştirak etmək üçün hökumətə müraciət etmişdir. Bunlar arasında Türkiyə, Rusiya, Pakistan, Macarıstan, Qazaxıstan, Çin, İtaliya, İsrail və Cənubi Koreya kimi ölkələri göstərə bilərik. Bundan əlavə yerli sahibkarların işğaldan azad edilmiş ərazilərdə müəssisə qurması ehtimalı da olduqca yüksəkdir. Belə ki indiyə qədər Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinə 980 sahibkar müraciət edərək Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi bölgələrində fəaliyyət göstərmək niyyətlərini ifadə etmişdirlər. Ət və süd məhsulları, üzümçülük, tütünçülük, baramaçılıq və arıçılıq müəssisələri rayonda bərpa və genişləndirilmişdir. Proqnozlara görə, dəstək nəticəsində bu torpaqlarda kənd təsərrüfatının inkişafının stimullaşdırılması tədbirləri real artımın 9 faizini təşkil edəcəyi gözlənilir. Önümüzdəki illərdə əkinçilikdə, buğda istehsalının 10-12%-nin Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının payına düşəcəyi də ehtimal olunur. İlkin mərhələdə ildə 1 milyard manatlıq kənd təsərrüfatı məhsulu yetişdirmək mümkün olacaqdır. Bu sahələrin bütövlükdə əhəmiyyətli hissəsinin buğda dolayısıyla taxılçılıq sektoru olması gözlənilir (https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/azerbaycanin-erzaq-tehlukesizliyi-isgaldan-azad-olunan-erazilerin-hesabina-daha-da-guclenecek-443).

Nəticə

Aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsinin səmərəliliyi müvafiq normativ hüquqi bazanın formalaşdırılmasından asılıdır. Qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsinin əsas məqsədləri tənzimləyici funksiyaların gücləndirilməsi, özəl sektorun təşəbbüslərinin dəstəklənməsi, daxili tələbatın rəqabətqabiliyyətli məhsullarla ödənilməsi və ixrac potensialının gücləndirilməsi olmalıdır. Bu əsas istiqamətlərin həyata keçirilməsi istiqamətində dövlət idarəetmə sistemində dövlət və özəl qurumların fəaliyyət istiqamətləri dəqiq müəyyən edilməli, onlar arasında əməkdaşlığın yeni hüquqi-normativ bazası və fəaliyyət mexanizmləri yaradılmalıdır.

Hesab edirik ki, yeyinti sənayesinin davamlı inkişafının təmin edilməsi birbaşa dünya təcrübəsinə əsaslanan, büdcə vəsaitləri və investisiyalar hesabına həyata keçirilən səmərəli dövlət yardım proqramlarından asılıdır. Digər sahələrdə, məsələn, kənd təsərrüfatında birbaşa büdcə yardımı, ərzaq məhsulları istehsalçılarına subsidiyalar və kompensasiyalar, müəyyən xərclərin ödənilməsi üçün qısamüddətli kredit resurslarının ayrılması, lizinq yolu ilə texnologiya və avadanlıqların alınmasına köməklik, ixracyönümlü kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının stimullaşdırılması və prioritet istiqamətlər üzrə ərzaq məhsulları, məqsədli proqramlar çərçivəsində investisiyaların maliyyələşdirilməsi sənayenin inkişafının təmin edilməsində həlledici rol oynaya bilər.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin inkişafı üçün lazımi tədbirlər görmək lazımdır. İlk növbədə deqradasiya proseslərinin aradan qaldırılması ilə paralel olaraq uzun illər istifadə olunmayan faydalı torpaq sahələrinin yararlı vəziyyətə gətirilməsi, meliorasiya və irriqasiya sistemlərinin qurulması çox zəruridir. Növbəti mərhələdə torpaqların nəzərə alınması, onların kateqoriyalarının müəyyənləşdirilməsi lazımdır.

Tədqiqatlar göstərir ki, mövcud nöqteyi-nəzərdən və reallıqlardan yanaşdıqda aydın olur ki, sahibkarlar öz daxili imkanları hesabına Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərində qida sənayesi üzrə müəyyən müəssisələrin yaradılmasına nail ola bilərlər.

ƏDƏBİYYAT

1. Azerbaycan Respublikasının ishgaldan azad edilmish erazilərinde meselelerin merkezleshdirilmish qaydada helli ile baglı Elaqelendirme Qerargahının yaradılması haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2020-ci il 24 noyabr tarixli Serencamı. Bakı, 2020
2. Abbasov İ.M., Aliyev T.N. Qeyri-neft sanayesinin iqtisadiyyatı. Bakı, 2018
3. İbrahimov İ.H., "İshgaldan azad edilmish erazilerde yeyinti sanayesinin dovlet tanzimlanmesi istiqametleri", Bazar iqtisadiyyatının inkishaf istiqametleri. Bakı, 2021
4. "Qarabag Dirchelish Fondu" publik huquqi shexsin yaradılması haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 04 yanvar tarixli Farmanı. Bakı, 2021
5. Guliyev E.A. Qida tahlukasizliyinin guclendirilmesi problemleri ve strateji istiqametleri. Bakı, 2020
6. Rzayev V.R. Torpaq munasibetlerinin tashkilati-iqtisadi mexanizmi. Bakı, 2015
7. Bagirov M. "Formation of the food industry in the liberated territories of Azerbaijan", Baku Business University. Bakı, 2022
8. https://ereforms.gov.az/files/monitoring/pdf/en/f7a000ba1703ecac7b05b1da791211b6.pdf
9. https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/azerbaycanin-erzaq-tehlukesizliyi-isgaldan-azad olunan-erazilerin-hesabina-daha-da-guclenecek-443
10. https://oxu.az./economy/519675
11. http://www.anl.az/down/meqale/525/2021/yanvar/732496.htm
12. https://cyberleninka.ru/article/n/formation-of-the-food-industry-in-the-liberated-territories-of-azerbaijan.
13. https://audit-journal.az/files/articles/107.pdf

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОПРОСА ВОССТАНОВЛЕНИЯ СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСВОБОЖДЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Сахиб Мамедов[1], Эльхан Абдуллазаде[2]
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский государственный экономический университет
[1]Доктор философии по экономике, доцент
[2]Магистрант, dasqinmahmudov12@gmail.com

РЕЗЮМЕ

В настоящее время осуществляются широкомасштабные мероприятия по восстановлению освобожденных от оккупации территорий, обеспечению их дальнейшего развития, созданию необходимой инфраструктуры, возвращению населения на родину. Целесообразность проведения всех работ по единой программе обеспечения равноправного развития этих территорий за счет рационального использования их богатого экономического потенциала, природных ресурсов и широких туристских возможностей требует пересмотра деления освобожденных от оккупации районов на экономические.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Пищевая промышленность как отрасль экономики характеризует особенности развития производительных сил и производственных отношений отраслей пищевой промышленности, обеспечивающих население страны основными продуктами питания. Пищевая промышленность тесно связана со всеми отраслями экономики. Значительная часть товаров, перевозимых с территории Азербайджана различными видами транспорта, приходится на продукты питания. Традиционно пищевая промышленность прочно связана с сельским хозяйством. Пищевая промышленность является стратегически важной отраслью экономики Азербайджана. Важность этого определяется тем, что потребителями продукции этой отрасли являются жители страны, пищевая промышленность обеспечивает их жизненно важными продуктами независимо от импорта. Поэтому современный уровень развития отрасли, ее тенденции, проблемы и перспективы представляют интерес с научно-практической точки зрения.

Статья посвящена определению промышленного потенциала продовольствия освобожденных от оккупации территорий. В исследовании проанализировано значение и возможности восстановления сырьевой базы пищевой промышленности на освобожденных от оккупации территориях, определен потенциал сельского хозяйства, обеспечивающего продовольствием пищевую промышленность, уточнен вопрос государственного регулирования пищевой промышленности.

Ключевые слова: сельское хозяйство, пищевая промышленность, государственная программа, освобожденные от оккупации территории, реконструкция

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 20.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-116

E-ISSN: 2674-5224
127-138 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ANALYSIS OF DAMAGE CAUSED TO THE INDUSTRIAL POTENTIAL OF THE LIBERATED TERRITORIES, ETC.

Asiman Guliyev[1], Gulay Jafarova[2]
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Docent, Doctor of philosophy in economics,
[2]Master student, gulayjafarova13@gmail.com

ABSTRACT

Despite the fact that Karabakh is the territory of the Republic of Azerbaijan, Nagorno-Karabakh and 7 adjacent administrative regions (Lachin, Kalbajar, Gubadli, Zangilan, Jabrayil, Aghdam (district center and most of the territory), Fuzuli (district center and most of the territory) were occupied by Armenia in 1989-1993. As a result, historical and cultural monuments and infrastructure of the region were completely destroyed. There are about 880 settlements, 695 hospitals, 150 thousand buildings and apartments, 927 libraries, theaters, 67 mosques, palaces, temples, tombs, etc. destroyed or burned. The transport infrastructure of the region has been completely destroyed: hundreds of bridges (160), 2670 kilometers of roads, 693 schools and 855 kindergartens have fallen into disrepair. The irrigation system, which was hundreds of kilometers long, was completely destroyed.

A working group specializing in the situation in the conflict countries estimated the damage caused by the occupation of 20% of the Azerbaijani territories by Armenia at $ 820 billion.

As a result of the occupation, the entire material and technical base for new buildings was destroyed, and the planned projects were not implemented. Industrial areas operating in the occupied territories occupied an important place in the economy of the Republic. Food and light industry enterprises, building materials enterprises prevailed here.

More than 310 industrial and construction facilities remain in the occupied regions of Armenia. In these enterprises, 11 percent of complementary materials produced in Azerbaijan, 11 percent of shoe production, 25.2 percent of butter production, 35 percent of wine materials, 13.5 percent of raw silk production, 15 percent of mineral water, etc.he was producing.

Today, the total value of Mineral Resources recorded in the period before the occupation of Nagorno-Karabakh is estimated at about 50 billion Manats. According to the latest visual observations of" azercosmos " OJSC, significant changes in the relief have been observed there. Observations show that enough work has been done in the fields. This can be seen in pictures taken from space. But this is only visual information. Monitoring and evaluation will be carried out there in the near future.

The products of the mining industry, which were illegally mined in the occupied territories without observing environmental norms, were supplied to Armenia as raw materials, processed at factories, and then exported as raw materials or semi-finished products.

For almost thirty years, the territories of Azerbaijan under Armenian occupation were actively used for illegal activities. At present, the damage caused by Armenia during the years of occupation is being calculated, and the "road map" of the project has already been drawn up.

The mobilization of the economic potential of these territories can make a significant contribution to the creation of a large number of new jobs that create high added value in the country, the

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

diversification of the country's economy and exports, the development of non-oil sectors, especially non-oil industries.
One of the important mechanisms widely used in the implementation of the state policy aimed at the development of industry in the country is the practice of creating industrial and technological parks, as well as industrial neighborhoods. The establishment of the Agdam Industrial Park on an area of 190 hectares near the city of Agdam, and the Industrial Park "Araz Valley Economic Zone" on an area of 200 hectares in the territory of Jabrayil region has already begun. It is advisable to expand the policy in this direction and organize work on the creation of industrial parks, industrial neighborhoods and special industrial zones in other areas of the region.
At present, large-scale work is being carried out to restore the liberated territories, ensure their future development, create the necessary infrastructure and return the population to their native lands. The economy in these regions will develop on the basis of public-private sector partnerships in the following six main areas:
- Mining industry;
- Light and food industry;
- Agricultural business;
- "Green Energy";
- Transport andbarlogistics;
- Tourism.
The article is devoted to the analysis and assessment of the industrial potential of the liberated territories. The study analyzed the damage caused to the industrial potential of the region as a result of the occupation, conducted an analysis of the strengths and weaknesses of the industrial potential of the liberated territories, existing opportunities and threats.
Keywords: industrial potential, damage, minerals, industrialization policy.

İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRİN SƏNAYE POTENSİALINA DƏYMİŞ ZƏRƏRİN TƏHLİLİ VƏ SWOT ANALİZİ

Asiman Quliyev[1], Gülay Cəfərova[2]
[1,2]"İqtisadiyyat və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]Dosent, İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru,
[2]Magistr tələbəsi, gulayjafarova13@gmail.com

XÜLASƏ

Ermənistanın sərhəddə sabitliyi pozmaq üçün bütün uğursuz cəhdlərinə baxmayaraq, işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası və onların iqtisadi potensialından istifadə etmək üçün Azərbaycanın başlatdığı işlər tam sürətlə davam edir. İki iqtisadi rayonda - Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda minalar təmizləndikcə əsas infrastruktur yaradılır - enerji, qaz və su xətləri çəkilir, yollar çəkilir. İşğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, məskunlaşdırılması və dirçəldilməsi çox yaxın gələcəkdə Azərbaycanda iqtisadi artımın və sosial-iqtisadi inkişafın mühüm "təkan nöqtəsi" olacaqdır. Müxtəlif təbiət abidələrinə, heyranedici relyef quruluşuna və iqlim şərtlərinə, nadir bitki və heyvan növlərinə, geniş münbit torpaqlara və meşə sahələrinə, zəngin təbii ehtiyatlara və

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

kifayət qədər su ehtiyatlarına (o cümlədən mineral sulara) malik bu ərazidə iqtisadiyyata ən müxtəlif sahələrinin inkişafı üçün potensial imkanlar mövcuddur. Hazırda işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, gələcək inkişafının təmin edilməsi, zəruri infrastrukturun yaradılması və əhalinin öz doğma yurd-yuvalarına qaytarılması istiqamətində genişmiqyaslı işlər həyata keçirilir. Bu regionlarda iqtisadiyyat dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığı əsasında aşağıdakı altı əsas istiqamət üzrə inkişaf edəcək:
- Mədən sənayesi;
- Yüngül və qida sənayesi;
- Kənd təsərrüfatı biznesi;
- "Yaşıl Enerji";
- Nəqliyyat və anbar logistikası;
- Turizm.

Məqalə işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensiyalının təhlili və qiymətləndirilməsinə həsr edilmişdir. Araşdırmada işğal nəticəsində regionun sənaye potensialına dəymiş zərər təhlil edilmiş, işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialının güclü və zəif tərəflərinin, mövcud imkan və təhlükələrin SWOT analizi aparılmışdır.

Açar sözlər: sənaye potensialı, dəymiş ziyan, faydalı qazıntılar, sənayeləşmə siyasəti.

Giriş

Sənaye potensialı hər bir dövlətin inkişafının əsasını təşkil edir, ölkənin iqtisadi qüdrətinin əsas tərkib hissəsidir, onun çiçəklənməsinin rəhnidir. Sənayenin inkişafı ölkəmizdə həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin prioritet istiqamətidir. Ölkədə həyata keçirilən siyasətin əsas prioritetlərindən biri iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması və sənayenin inkişafı vasitəsilə strukturunun təkmilləşdirilməsidir.

Qarabağın Azərbaycan Respublikasının ərazisi olmasına baxmayaraq, Dağlıq Qarabağ və ona bitişik 7 inzibati rayonun (Laçın, Kəlbəcər, Qubadlı, Zəngilan, Cəbrayıl, Ağdam (rayon mərkəzi və ərazinin böyük hissəsi), Füzuli (rayon mərkəzi və ərazinin böyük hissəsi) 1989-1993-cü illərdə Ermənistan tərəfindən işğal edilmişdir. Nəticədə tarix və mədəniyyət abidələri, regionun infrastrukturu tamamilə dağıdılıb. 880-ə yaxın yaşayış məntəqəsi, 695 xəstəxana, 150 min bina və mənzil, 927 kitabxana, teatrlar, 67 məscid, saraylar, məbədlər, türbələr və s. dağıdılıb və ya yandırılıb. Regionun nəqliyyat infrastrukturu tamamilə dağılıb: yüzlərlə körpü (160), 2670 kilometr yol, 693 məktəb və 855 uşaq bağçası yararsız vəziyyətə düşüb. Yüzlərlə kilometr uzunluğunda olan suvarma sistemi tamamilə dağılıb. Ermənistan Respublikasının hərbi təcavüzü nəticəsində minlərlə Azərbaycan vətəndaşı əsir və girov götürülüb, itkin düşüb.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi işğaldan azad olmuş ərazilərdə sənaye potensialının vəziyyətini qiymətləndirmək, dəymiş zərərin səviyyəsini təhlil etmək və SWOT analizi aparmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Hazırda işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, gələcək inkişafının təmin edilməsi, zəruri infrastrukturun yaradılması və əhalinin öz doğma torpaqlarına qaytarılması istiqamətində genişmiqyaslı işlər həyata keçirilir. Bir tərəfdən yeni infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi üçün etibarlı əsaslar qoyulur, digər tərəfdən isə beynəlxalq standartlar əsasında hazırlanmış müasir layihələr istifadəyə verilir. Mövzunun işlənməsini aktual edən səbəb bununla bağlıdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində qrafik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. İşğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialının təhlili və qiymətləndirilməsi üçün sənayenin güclü, zəif tərəflərini, eləcə də imkan və təhdidlərini əks etdirən SWOT təhlili aparılmışdır.

Ermənistanın Azərbaycana qarşı sonrakı hərbi təcavüzü nəticəsində dəymiş dağıntılar və dəyən ziyan haqqında məlumat cədvəl 1-də verilmişdir.

Cədvəl 1. 1988-1993-cü illərdə Ermənistanın Azərbaycan Respublikasına qarşı hərbi təcavüzü nəticəsində sonradan dəymiş dağıntı və ziyan.

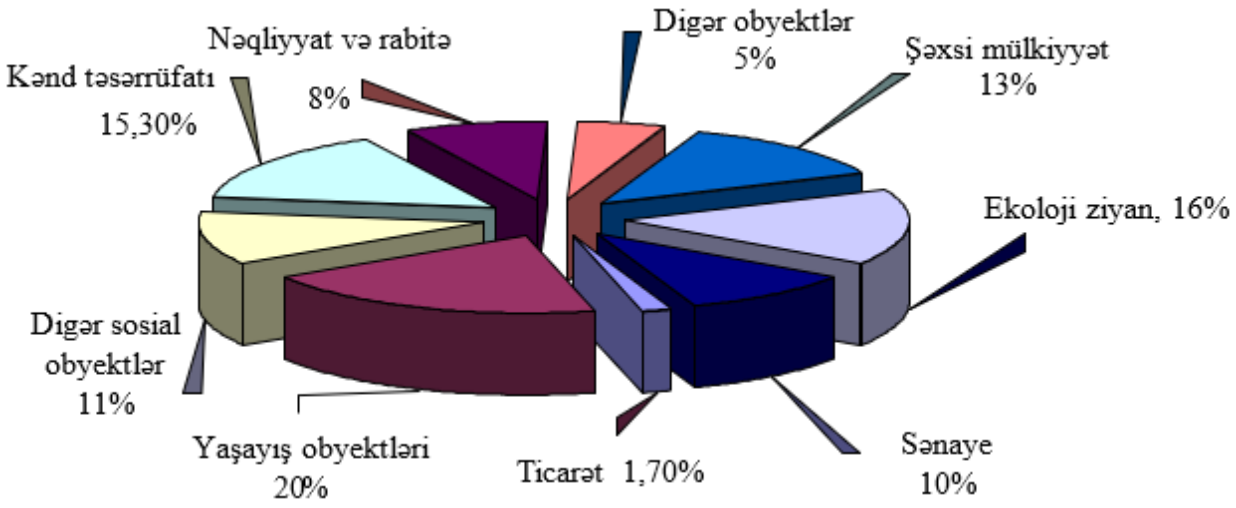
Yaşayış məntəqələri	900
Evlər	150000
İctimai binalar	7000
Məktəblər	693
Uşaq bağçaları	855
Tibb müəssisələri	695
Kitabxanalar	927
Məbədlər	44
Məscidlər	9
Tarixi abidələr, saraylar və muzeylər	473
Muzey eksponatları	40000
Sənaye və kənd təsərrüfatı müəssisələri	6000
Avtomobilyolları	2670 km
Körpülər	160
Su kommunikasiyaları	2300 km
Qaz rabitəsi	2000 km
Elektrik xətləri	15000 km
Meşələr	280000 ha
Kənd təsərrüfatı torpaqları	1000000 ha
Suvarma sistemləri	1200 km

Mənbə: https://m.mia.gov.az/ru/content/29863

Münaqişə ölkələrindəki vəziyyətlə bağlı ixtisaslaşan işçi qrup Ermənistanın Azərbaycan ərazilərinin 20%-nin işğalı nəticəsində dəyən ziyanı 820 milyard dollara yaxın qiymətləndirib. Mütəxəssislərin ilkin hesablamalarına əsasən, iqtisadi fəaliyyət sahələri üzrə bu zərəri aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar (diaqram1).

Qrafik 1. Qarabağ müharibəsi nəticəsində Azərbaycana dəymiş iqtisadi zərərin strukturu

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Mənbə: Azərbaycan İqtisadiyyat Nazirliyinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyinin məlumatına görə, regionda 167 faydalı qazıntı yatağı mövcuddur. Bu regionda 140 milyon ton həcmində əhəng; gil - 90 milyon ton, soda istehsalı üçün əhəngdaşı - 130 milyon kub metr, sement xammalı - 140,1 milyon ton; qızıl - 132 tondan çox, qurğuşun - 37 min tondan çox, çoxlu miqdarda tikinti və üzlük daşları, rəngli daşlar, gil, qum və çınqıl, gips və s. ehtiyatı var. Onların inzibati rayonlar üzrə tam təsnifatı cədvəl 2-də verilmişdir.

Cədvəl 2. Azad edilmiş rayonlarda mövcud olan faydalı qazıntılar.

Rayonun adı	Faydalı qazıntıların növləri
Ağdərə	Qızıl, qurğuşun, sink, mis, mişar daşı, gil gips
Şuşa	Üzlük daş;, gil, tikinti daşı
Xocalı	Gil, üzlük daşı, qum və çınqıl
Xocavənd	Üzlük daşı, tikinti daşı
Kəlbəcər	Qızıl, civə, mişar daşı, gil, perlit, qum və çınqıl daşları, tikinti daşları, üzlük daşları, rəngli daşlar (obsidian, oniks, pefritoid)
Laçın	Civə, mişar daşı, üzlük daşı, tikinti daşı, gil, qum-çınqıl qaya, pemza, vermikulit, vulkanik kül, əqiq
Qubadlı	Mişar daşı, gil, tikinti daşı, üzlük daşı, rəngli daş
Zəngilan	Qızıl, gümüş, üzlük daşı, əhəng daşı, gil, tikinti daşı, qum və çınqıl
Cəbrayıl	Mişar daşı, gil, qum, sement, gil, tikinti daşı, gips, anhidrid, pemza daşı, vulkanik kül, rəngli daşlar (nefrit, kalsedonium)
Füzuli	Mişar daşı, gil, qum və çınqıl
Ağdam	Mişar daşı, üzlük daşı, sement xammalı, gil, qum və çınqıl

Mənbə: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3913045
İşğal nəticəsində yeni tikililər üçün gətirilən bütün maddi-texniki baza dağıdılıb, nəzərdə tutulan layihələr həyata keçirilməyib. İşğal olunmuş ərazilərdə fəaliyyət göstərən sənaye sahələri

respublikanın iqtisadiyyatında mühüm yer tuturdu. Burada yeyinti və yüngül sənaye müəssisələri, tikinti materialları müəssisələri üstünlük təşkil etmişdir.
Bu bölgədə sənaye sahələrinin inkişafına güclü kənd təsərrüfatı, xammal və yerli təbii ehtiyatlar müsbət təsir göstərmişdir. İşğal olunmuş ərazilərdə yerli əhalinin ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edən sənayenin ən inkişaf etmiş sahələri kərə yağı, pendir istehsalı, şərabçılıq və qismən də yüngül sənaye idi.
Reqionda güclü kommunikasiya xətləri, obyektlər yaradılmışdır. Ümumi uzunluğu 25 min km olan avtomobil və torpaq yollar, ümumi uzunluğu 3984 metr olan 160 körpü, 14,5 min km uzunluğunda elektrik verilişi xətləri, 2500 transformator; 2,3 min km su təchizatı xətti; 2,0 min km qaz kəmərləri; ümumi uzunluğu 240 km olan kanalizasiya şəbəkəsi; 160 su çəni, 34-dən çox qazpaylayıcı, 35 min abonentlik telefon stansiyaları, eyni zamanda 4 hava limanı, Bakı-Ağdam və Horadiz-Ordubad dəmir yolu xətləri, Bakı-Stepanakert-Naxçıvan qaz kəməridağıdılıb.
Ermənistanın işğal etdiyi rayonlarda 310-dan çox sənaye və tikinti obyekti qalıb.Bu müəssisələrdə Azərbaycanda istehsal olunan tamamlayıcı materialların 11 faizi, ayaqqabı istehsalının 11 faizi, kərə yağı istehsalının 25,2 faizi, şərab materiallarının 35 faizi, xam ipək istehsalının 13,5 faizi, mineral suyun 15 faizi və s.istehsal edirdi (https://azerbaijan.az/ru/information/907).
Nəzərə almaq lazımdır ki, Dağlıq Qarabağ ən çox istehlak mallarının istehsalında ixtisaslaşıb. Belə ki, 1980-ci ildə rayonda istehsal olunan və keyfiyyət sertifikatı alan 35 adda məhsulun 26-sı istehlak malları olub. Statistikaya görə, rayonda 15 sənaye sahəsi var idi. Şərabçılıq sənayenin əsasını təşkil edirdi. Bəzi illərdə onun payı ümumi sənayenin 55%-nə çatmışdır.
Hələ 2018-ci ildə Azərbaycan hökuməti Qarabağda mədənçıxarma şirkətlərinin iştirak etdiyi ölkələrin beynəlxalq məhkəmə və hüquq-mühafizə orqanlarına müraciət etmək niyyətində olduğunu bəyan etmişdi. Onilliklər ərzində yataqlar otuz ölkə tərəfindən qeyri-qanuni istismar edilmişdir.
Hazırda artıq "Yol Xəritəsi" hazırlanıb və orada azad edilmiş torpaqlarda qiymətləndirmənin nə vaxt və necə aparılacağı müəyyənləşib. Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyində komissiya yaradılıb və mütəxəssislər artıq bu istiqamətdə iş aparırlar.
Bu gün Dağlıq Qarabağın işğalından əvvəlki dövrdə qeydə alınmış faydalı qazıntı ehtiyatlarının ümumi dəyəri 50 milyard manata yaxın qiymətləndirilir. "Azərkosmos" ASC-nin son vizual müşahidələrinə əsasən, orada relyefdə ciddi dəyişikliklər müşahidə olunub. Müşahidələr göstərir ki, sahələrdə kifayət qədər iş görülüb. Bunu kosmosdan çəkilmiş şəkillərdə görmək olar. Ancaq bu, yalnız vizual məlumatdır. Yaxın vaxtlarda orada monitorinq və qiymətləndirmə aparılacaq.
2019-cu ildə Azərbaycan Xarici İşlər Nazirliyinin "AzərKosmos"la birgə hazırladığı "Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində qeyri-qanuni fəaliyyətlər" adlı yeni hesabat dərc edilib.
Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi təkcə ekoloji ekspertiza aparmaq deyil, həm də təbii sərvətlərimizin 30 il ərzində oğurlanması zamanı Azərbaycana dəyən ziyanı qiymətləndirmək niyyətindədir.
Azərbaycan Xarici İşlər Nazirliyinin "Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində qeyri-qanuni iqtisadi və digər fəaliyyətlər" adlı hesabatında Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində mineral ehtiyatların qeyri-qanuni işlənməsi ilə məşğul olan şirkətlər barədə məlumat verilib. Bu ərazilər təbii sərvətlərlə - 155-ə yaxın qiymətli daşlar, faydalı qazıntılar və dəmir yataqları, o cümlədən əlvan metallar, qızıl, civə, qurğuşun, kömür və sink, perlit və s. zəngin idi.
İşğal olunmuş ərazilərdə qeyri-qanuni olaraq ekoloji normalara riayət edilmədən hasil edilən dağ-mədən sənayesinin məhsulları xammal kimi Ermənistana verilib, zavodlarda emal olunub, sonra isə xammal və ya yarımfabrikat kimi ixrac edilirdi.

Təxminən otuz il ərzində Ermənistanın işğalı altında olan Azərbaycan ərazilərindən qeyri-qanuni fəaliyyət üçün fəal şəkildə istifadə olunurdu.
Burada boz biznesi həm dövlət qurumları ilə əlaqəli erməni şirkətləri, həm də çoxlu sayda iri beynəlxalq şirkətlər aparırdı.Onlar üçün əsas fəaliyyət mədənçilik, telekommunikasiya və maliyyə sektorları olmuşdur. (https://story.karabakh.center/ru/nezakonnaya-ekonomicheskaya-deyatelnost-v-karabakhe).
2016-cı ildə Azərbaycan Xarici İşlər Nazirliyi beynəlxalq təşkilatların iştirakı ilə Ermənistan tərəfindən Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində təbii sərvətlərin istismarına həsr olunmuş "Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində qeyri-qanuni iqtisadi və digər fəaliyyətlər" adlı tam miqyaslı hesabat dərc edib. Hesabatda o dövrdə Qarabağda iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan beynəlxalq şirkətlərin tam siyahısı verilmişdir.
Bu sənəddə təqdim olunan kosmik təsvirlər aydın şəkildə göstərir ki, Qarabağın dağlıq hissəsinin ərazisində deyil, ona bitişik, heç vaxt erməni əhalisinin yaşamadığı ərazilərdə də qanunsuz fəaliyyətlər həyata keçirilib.
Bu kontekstdə Ermənistanın "Vallex Group" konqlomeratının törəmə şirkəti olan "Base Metals"in fəaliyyəti diqqət çəkir. Lixtenşteyndə qeydiyyatdan keçmiş "Base Metals" şirkəti 2002-ci ildən Kəlbəcərin Heyvəli kəndi yaxınlığındakı Qızılbulaq qızıl və mis yataqlarını qanunsuz istismar edirdi. 10 illik istismar müddətində mədən demək olar ki, tamamilə tükənib.
Erməni işğal rejimi tərəfindən istismar edilən ən böyük qızıl yatağı sərhəd zonasında – əsasən Azərbaycanın əvvəllər işğal olunmuş Kəlbəcər rayonu ərazisində və qismən Ermənistanın Vardenis rayonu ərazisində yerləşən Soyudlu (adın erməni versiyası – Sotk) yatağı idi.Bu yataq 2007-ci ildən Rusiyanın GPM Gold şirkəti tərəfindən Ermənistanın ən böyük özəl investorlarından biri olan GeoProMining
mədən şirkətinin tərkibində istismar edilirdi.
Hazırda işğal illərində Ermənistanın vurduğu ziyan hesablanır və layihənin "Yol xəritəsi" artıq tərtib edilib.
Sovet dövründə Dağlıq Qarabağ Qarabağın düzənlik hissəsi və Azərbaycanın digər iqtisadi rayonları ilə sıx iqtisadi əlaqədə inkişaf edirdi. Bütün istiqamətlərə uzanan yollar iki ərazini iqtisadi baxımdan sıx birləşdirirdi. Dağlıq Qarabağın ermənilər tərəfindən işğalı və onun Azərbaycanın digər rayonlarından ayrılması regionun əhalisi və iqtisadiyyatı üçün çox ciddi problemlər yaratmışdır. Uzun illər Dağlıq Qarabağ ərazisində yerləşən müəssisələrin böyük əksəriyyəti Azərbaycanın rayonlarından gətirilən yanacaq, xammal və materiallar əsasında fəaliyyət göstərmiş, bir çoxları Bakıda iri müəssisələrin filialı kimi fəaliyyət göstərmişdir.
1985-ci ildə Xankəndindəki İpək Kombinatına verilən barama xammalının yalnız 8 faizi Dağlıq Qarabağda, qalan 92 faizi isə Azərbaycanın digər rayonlarından gətirilirdi. 1986-cı ildə Dağlıq Qarabağ bölgəsinin iqtisadi əlaqələrinin cəmi 0,3%-i, idxalın isə 1,4%-i Ermənistan SSR-in payına düşdüyü halda, keçmiş rayonda istehsal olunmuş məhsulların 33,3%-i Azərbaycanın qalan hissəsinə satılırdı.
İlkin araşdırma göstərir ki, su ehtiyatları, elektrik enerjisi, rekreasiya sənayesinin inkişaf imkanları və zəngin faydalı qazıntı yataqları işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialının əsasını təşkil edir.
Ermənistanın sərhəddə sabitliyi pozmaq üçün bütün uğursuz cəhdlərinə baxmayaraq, işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası və onların iqtisadi potensialından istifadə etmək üçün Azərbaycanın başlatdığı işlər tam sürətlə davam edir. İki iqtisadi rayonda - Qarabağ və Şərqi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Zəngəzurda minalar təmizləndikcə əsas infrastruktur yaradılır - enerji, qaz və su xətləri çəkilir, yollar çəkilir.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası, məskunlaşdırılması və dirçəldilməsi çox yaxın gələcəkdə Azərbaycanda iqtisadi artımın və sosial-iqtisadi inkişafın mühüm "təkan nöqtəsi" olacaqdır. Müxtəlif təbiət abidələrinə, heyranedici relyef quruluşuna və iqlim şərtlərinə, nadir bitki və heyvan növlərinə, geniş münbit torpaqlara və meşə sahələrinə, zəngin təbii ehtiyatlara və kifayət qədər su ehtiyatlarına (o cümlədən mineral sulara) malik bu ərazidə iqtisadiyyata ən müxtəlif sahələrinin inkişafı üçün potensial imkanlar mövcuddur.

Bu ərazilərin iqtisadi potensialının hərəkətə gətirilməsi ölkədə yüksək əlavə dəyər yaradan çox sayda yeni iş yerlərinin yaradılmasına, ölkə iqtisadiyyatının və ixracının şaxələndirilməsinə, qeyri-neft sektoru sahələrinin, xüsusilə qeyri-neft sənaye sahələrinin inkişafına mühüm töhfə verə bilər. Beynəlxalq təcrübədə adətən regionlarda sənaye inkişafı strategiyalarının iki tipi fərqləndirilir:

• yerli resursların istifadəsinə əsaslanan sənaye inkişaf strategiyaları (industrial development strategy bu utilizing local resource (İSLR)) - bu strategiya yerli faydalı qazıntılar və digər təbii ehtiyatlar, kənd təsərrüfatı xammalı, meşə və su resursları, ənənəvi texnologiyalar və icma mədəniyyətləri, mövcud insan resursları və s. kimi yerli resurslar hesabına sənayenin inkişafını və əlavə dəyər yaradılmasını nəzərdə tutur;

• xarici kapitalın cəlb edilməsinə əsaslanan sənaye inkişaf strategiyaları (industrial development strategy bu introdusing extemal Capital (ISEC) - bu strategiya torpaq, nəqliyyat-logistika sistemi, elektrik, qaz, su, rabitə və digər təməl (baza) infrastrukturunun qurulduğu və ekoloji tələblərə uyğunlaşdırılmış sənaye zonalarında istehsal müəssisələrinin yaradılmasım nəzərdə tutur. Bu strategiya zamanı ərazidə sənaye-istehsal klasterlərinin yaradılmasına xüsusilə üstünlük verilir (Mehdiyev A., 2022: s. 24).

Əlbəttə ki, belə təsnifləşdirmə sənaye inkişafına yanaşmaları göstərmək üçündür. Əslində əksər ölkələrin təcrübəsində bu strategiyaların hər ikisi ya mərhələlərlə, ya da yanaşı tətbiq olunur.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərə yönəlik sənayeləşmə siyasətinin hədəfində yalnız mövcud yerli potensiala əsaslanan lokal əhəmiyyətli sənayenin qurulması deyil, müasir (hətta gələcək) dövrün çağırışları nəzərə alınmaqla davamlı və dayanıqlı inkişafı təmin edən innovasiya əsaslı və ixracyönümlü sənayeləşmə durmalıdır. Bunun üçün ərazidə müasir biliklərə və texnologiyalara əsaslanan yeni sənaye potensialının yaradılması hökumətin regiona yönəlik sənaye siyasətinin diqqət mərkəzində olmalıdır. (https://cyberleninka.ru/article/n/vosstanovlenie-ekonomiki-karabaha-i-vostochnogo-zangezura-na-osnove-kotseptsiy-ustoychivogo-i-inklyuzivnogo-razvitiya).

Məlum olduğu kimi, SSRİ dövründə bu rayonlarda yerli və gətirilmə xammal əsasında işləyən yerli və ölkə əhəmiyyətli bir sıra sənaye müəssisələri fəaliyyət göstərmişdir. Lakin ərazilərin işğalından sonra həmin sənaye müəssisələri tamamilə dağıdılmış, ərazilərin əksər "sənaye təcrübələri" artıq yox olmuşdur. İndi bu ərazilərdə sənayenin yaradılmasına, mövcud faydalı qazıntılar və təbii ehtiyatlar istisna olmaqla, demək olar sıfırdan başlanmalıdır.

İlk növbədə bunu qeyd etməliyik ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərin məskunlaşmaya hazırlığı istiqamətində istehsal və nəqliyyat infrastrukturunun yenidən qurulması sahəsində həyata keçirilən işlər ərazidə sənayenin inkişafi üçün çox əhəmiyyətli zəmin formalaşdırmaqdadır. Belə ki, həm əhalinin, həm də müəssisə və təşkilatların, o cümlədən sənaye obyektlərinin gələcəkdə tələb olunan səviyyədə elektrik təchizatının təmin edilməsi üçün bütün ərazilərdə həm su elektrik stansiyalarının, həm elekrik yarımstansiyalarının, həm də alternativ yaxud bərpa edilən mənbələr

üzrə elektrik stansiyalarının qurulması işləri sürətlə davam edir. Ərazilərdə bütün rayonları bir-biri ilə və ölkənin digər əraziləri ilə bağlayan müasir beynəlxalq standartlara uyğun avtomobil və dəmir yolları çəkilməkdədir. İran ərazisindən keçməklə Azərbaycan Naxçıvan Muxtar Respublikası ilə birləşdirəcək avtomobil və dəmir yolunun çəkilməsi, habelə Zəngəzur dəhlizinin açılması ölkəmizin həm daxili, həm də beynəlxalq nəqliyyat-logistika imkanlarını genişləndirəcəkdir. Ərazidə üç beynəlxalq hava limanının tikilməsini də nəzərə alsaq, onda bölgənin necə bir şaxələnmiş beynəlxalq logistika şəbəkəsinə malik olacağım daha aydın təsəvvür etmək olar.

Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının malik olduqları təbii amillər - təbii ehtiyatları və təbii-iqlim şərtləri - burada müxtəlif sənaye istehsallarının yaradılmasına zəmin yaradır (Mehdiyev A., 2022: s. 24).

Belə ki, rəsmi məlumatlara əsasən işğaldan azad edilmiş ərazilərdə müxtəlif təyinatlı 167 sayda faydalı qazıntı yataqları (o cümlədən, beş qızıl, üç mis və digər əlvan metallar, altı civə, tikinti materiallar s.) vardır. Ərazilərin bərpası, sosial infrastrukturun qurulması və əhalinin məskunlaşdırılması prosesində yerli ehtiyatların geniş və səmərəli istifadəsinə nail olmaq üçün regionda çox sayda kiçik və orta ölçülü tikinti materialları istehsalı müəssisələrinin yaradılması bu iqtisadi rayonlarda ciddi sənaye potensialının formalaşmasına imkan verə bilər. Əlverişli torpaq və təbii-iqlim şərtlərinə malik bu iqtisadi rayonlarda həm çox geniş çeşiddə bitkiçiliyin, həm də heyvandarlığın inkişafı imkanları vardır. Bu da ərazidə kənd təsərrüfatı xammalının (ərzaq təyinatlı bitki və meyvələrin, texniki bitkilərin, yemçilik bitkilərinin, heyvandarlıq məhsullarının və s.) emalına əsaslanan qida məhsulları və içki istehsalı, toxuculuq sənayesi, ayaqqabı istehsalı, ərazinin zəngin florasına əsaslanan əczaçılıq məhsulları istehsalı və digər sənaye sahələrinin inkişafı üçün mühüm zəmin kimi çıxış edir. Bu zaman dəyər yaradılması zənciri üzrə əlaqəli istehsallarla bağlı klasterlərin yaradılması sənayenin inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri ola bilər.

Son illər ölkənin regionlarında sahibkarlığın və istehsal sahələrinin inkişaf etdirilməsinə yönəlik Azərbaycan hökumətinin ardıcıl olaraq həyata keçirdiyi iqtisadi siyasəti və dövlət dəstək tədbirlərini Qarabağda sənayenin inkişafının mühüm amillərindən biri kimi vurğulamaq olar. Bu baxımdan regionların investisiya reytinqinin aparılması, investisiya təşviqi sənədi əsasında investorlara vergi güzəştlərinin və digər preferensiyaların təqdim edilməsi, qeyri- neft ixracının stimullaşdınlması və s. kimi tədbirlərin əhəmiyyəti çox böyükdür. Bunlarla yanaşı, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında" 10 dekabr 2021-ci il tarixli Sərəncamında hökumətə tapşırılmışdır ki, "işğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi canlanmanın sürətləndirilməsi və investisiya cəlbediciliyinin artırılması, müasir və effektiv istehsal, ticarət və xidmət infrastrukturunun yaradılması, innovativ texnologiyaların tətbiqi, sənaye potensialının reallaşdırılması, stimullaşdırıcı mexanizmlərin hazırlanması və sahibkarlıq mühitinin yaxşılaşdırılması" üçün əlverişli şərait yaradılması məqsədilə əlavə güzəşt və dəstək mexanizmlərini hazırlayıb təqdim edilsin ("İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, Bakı şəhəri, 10 dekabr 2021-ci il № 3037).

1. Ölkədə sənayenin inkişafına yönəlik dövlət siyasətinin reallaşdınlmasında geniş tətbiq olunan mühüm mexanizmlərdən biri sənaye və texnologiya parklarının, habelə sənaye məhəllələrinin yaradılması təcrübəsidir. Artıq Ağdam şəhərinin yaxınlığında 190 ha ərazidə Ağdam Sənaye Parkının, Cəbrayıl rayonu ərazisində isə 200 hektarlıq sahədə "Araz Vadisi İqtisadi Zonası"

Sənaye Parkının yaradılmasına başlanılmışdır. Bu istiqamətdə siyasətin genişləndirilməsi və bölgənin digər ərazilərində də sənaye parklarının, sənaye məhəllələrinin və xüsusi sənaye zonalarının yaradılması işinin təşkili məqsədəuyğundur. Bu işlərin sürətləndirilməsi və dövlət-biznes əməkdaşlığı şəraitində daha səmərəli təşkili üçün ərazidə olan şəhər və rayonların baş planlarının hazırlandığı indiki mərhələdə bütün şəhər və qəsəbələrin ərazilərində sənaye təyinatlı torpaqların müəyyən edilməsi zəruridir. Müəyyən edilmiş sənaye təyinatlı torpaqların ərazisində istehsal müəssisələrinin yaradılması üçün zəruri olan bütün xarici infrastrukturun qurulması da dövlət tərəfindən həyata keçirilir. Bu halda iş adamları və investorlar sənaye müəssisələrinin tikintisi üçün torpaq sahəsi tapmaq, onun xarici infrastrukturunu qurmaq, ekoloji və digər təhlükəsizlik işləri görmək kimi əlavə xərclərdən azad olur, vəsaitlərini bilavasitə istehsal müəssisələrinin qurulmasına yönəldə bilərlər. (http://www.anl.az/down/meqale/xalqqazeti /2020/dekabr/729567(meqale))

Qarabağda sənayenin inkişaf perspektivlərindən danışarkən texnoloji inkişaf (modern və perspektiv texnologiyaların cəlb edilməsi baxımından) və insan resurslarının keyfiyyəti (biznes-sistemlərin qurulması və menecerlik bacarıqları, spesifik bilik və bacarıqlara malik mütəxəssislərin mövcudluğu baxımından) kimi amilləri diqqətdə saxlamaq xüsusilə vacibdir. Qiymətləndirməmiz sənayenin inkişafı perspektivləri baxımından bölgənin nisbətən zəif tərəflərinin hazırda məhz bu amillərlə bağlı olduğunu göstərir. Çünki bölgənin hazırda malik olduğu sənaye inkişaf amilləri ərazidə əsasən aşağı texnoloji istehsalların yaradılmasına imkan verir. Qarabağ ərazisində sənayenin inkişaf perspektivlərini isə daha çox orta və yüksək texnoloji istehsalların qurulmasına yönəldilməsi məqsədəuyğundur. Bu ərazidə sənayenin inkişafı müasir elmi-texniki nailiyyətlərə və yüksək texnologiyalara əsaslanmalı, IV Sənaye inqilabının çağırışları nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir. Bunun üçün texnologiya şəhərlərinin - texnopolislərin yaradılması təcrübəsindən faydalanmaqla, bölgədə universitet-elm-sənaye əməkdaşlığı əsasında Qarabağ Texnologiya Vadisinin yaradılması çox əhəmiyyətli bir layihə ola bilər. Burada yüksək texnologiyaların tədrisinə əsaslanan universitet, kollec və peşə təhsilinin bilavasitə istehsal təcrübəsi ilə əlaqələndirilməsi, habelə yeniliklərin bilavasitə istehsala tətbiqi təmin edilə bilər. Əsasən ixracyönümlü məhsul və xidmətlərin istehsalım hədəfləyən belə bir texnologiya vadisi bütün dünyada ölkəmizin yeni tanıtım obrazı ola bilər.

Belə bir layihənin reallaşdırılması prosesə texnologiya bölgələrinin layihələndirilməsi və qurulması üzrə təcrübəli mütəxəssislərin cəlb edilməsi, burada yaradılacaq təhsil müəssisələrinə dünyanın tanınmış universitetlərindən kadrların dəvət edilməsi, məhz sənaye istehsalı sahəsində təcrübəyə malik xarici iş adamlarının, investorların və mütəxəssislərin cəlb edilməsi, burada iş adamları və investorlar üçün xüsusi əlverişli şərtlərin yaradılması, habelə ərazinin idarə edilməsi üçün zəruri institutsional mühitin qurulması əsasında mümkün ola bilər.

Nəticə

Təhlildən göründüyü kimi, işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialının inkişafının güclü tərəfləri daha çoxdur. Beləliklə, əminliklə demək olar ki, regionda sənayenin canlanması və inkişafı üçün bütün imkanlar vardır.

Cədvəl 3-də işğaldan azad edilmiş torpaqların sənaye potensialının SWOT təhlili verilmişdir.

Cədvəl 3. İşğaldan azad edilmiş torpaqların sənaye potensialının SWOT təhlili

Güclü tərəflər (Strengths)	Zəif tərəflər (Weaknesses)
Zəngin təbii sərvətlərin olması Dövlət dəstəyi Sənaye istehsalının klasterləşdirilməs iüçün şəraitin olması Çoxlu sayda yeni iş yerlərinin yaradılması Geniş maliyyə imkanları Geniş beynəlxalq logistika şəbəkəsinin yaradılması Texnoparkların və sənaye məhəllələrinin yaradılması Emal sənayesinə əsaslanan qida istehsalı	Faydalı qazıntı yataqlarının bərbad vəziyyəti
İmkanlar (Opportunities)	**Təhdidlər (Threats)**
Maliyyə investisiyalarının cəlb edilməsi İnvestisiyaların dövlət tərəfindən stimullaşdırılması Sənaye istehsalı sahəsində təcrübəsi olan xarici mütəxəssislərin, iş adamlarının cəlb edilməsi Sənayedə innovasiyaların tətbiqi	Qeyri-sabit siyasi vəziyyət Sərhəddə hərbi əməliyyatlar Xarici ölkələrdən investisiyaların olmaması riski

Mənbə: Mehdiyev A., 2022: s. 24 məlumat əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

ƏDƏBİYYAT

1. “İshaldan azad edilmish arazilarda iqtisadi inkishafın suratlandirilmasi ilə baglı bazi tadbirlar haqqında” Azarbaycan Respublikası Prezidentinin Sarancamı, Bakı, 2021
2. Mehdiyev A. “Qarabagda sənayenin inkishaf perspektivlarinə bir bakhısh” “Boyuk Qayıdıshın iqtisadiyyatı”, “UNEC Ekspert”, 2018
3. Rashid L. İshaldan azad edilmish rayonların iqtisadi potensialı və inkishaf prespektivlari//Xalq qazeti. Bakı, 2020.
4. https://m.mia.gov.az/ru/content/29863
5. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3913045
6. https://azerbaijan.az/ru/information/907
7. https://story.karabakh.center/ru/nezakonnaya-ekonomicheskaya-deyatelnost-v-karabakhe
8. https://cyberleninka.ru/article/n/vosstanovlenie-ekonomiki-karabaha-i-vostochnogo-zangezura-na-osnove-kotseptsiy-ustoychivogo-i-inklyuzivnogo-razvitiya
9. https://report.az/ru/analitika/promyshlennyj-potencial-karabaha-i-vostochnogo-zangezura/
10. https://apa.az/ru/finance/samir-sarifov-na-vosstanovlenie-i-rekonstrukciyu-karabaxa-vydeleno-65-mlrd-manatov-508859

АНАЛИЗ УЩЕРБА ПРОМЫШЛЕННОМУ ПОТЕНЦИАЛУ ОСВОБОЖДЕННЫХ ОТ ОККУПАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ И SWOT-АНАЛИЗ

Асиман Гулиев[1], Гулай Джафарова[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет
[1]Доцент, Доктор философии по экономике,
[2]Магистрант, gulayjafarova13@gmail.com

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

РЕЗЮМЕ

Несмотря на все безуспешные попытки Армении дестабилизировать границу, работа, начатая Азербайджаном по восстановлению освобожденных территорий и использованию их экономического потенциала, продолжается полным ходом. По мере разминирования в двух экономических районах - карабахском и Восточно - Зангезурском-создается основная инфраструктура-прокладываются энергетические, газовые и водопроводные линии, прокладываются дороги. Восстановление, заселение и возрождение освобожденных от оккупации территорий в самом ближайшем будущем станет важным “толчком” экономического роста и социально-экономического развития в Азербайджане. На этой территории с разнообразными памятниками природы, удивительным рельефным строением и климатическими условиями, редкими видами растений и животных, обширными плодородными почвами и лесными массивами, богатыми природными ресурсами и достаточными водными ресурсами (в том числе минеральными) имеются потенциальные возможности для развития самых разнообразных отраслей экономики. В настоящее время ведется широкомасштабная работа по восстановлению освобожденных от оккупации территорий, обеспечению их дальнейшего развития, созданию необходимой инфраструктуры и возвращению населения на родину. Экономика в этих регионах будет развиваться на основе государственно-частного партнерства по следующим шести ключевым направлениям:

- Горнодобывающая промышленность;
- Легкая и пищевая промышленность;
- Сельскохозяйственный бизнес;
- "Зеленая Энергия";
- Транспортная и складская логистика;
- Туризм.

Статья посвящена анализу и оценке промышленного потенциала освобожденных от оккупации территорий. В исследовании проанализирован ущерб, нанесенный промышленному потенциалу региона в результате оккупации, проведен SWOT-анализ сильных и слабых сторон промышленного потенциала освобожденных от оккупации территорий, существующих возможностей и опасностей.

Ключевые слова: промышленный потенциал, нанесенный ущерб, полезные ископаемые, политика индустриализации

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-127

E-ISSN: 2674-5224
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
139-153 VOLUME 27 ISSUE 04 2023

DEVELOPMENT STRATEGY OF REGIONAL DEVELOPMENT BANKS IN DEVELOPING COUNTRIES

Mushfiq Guliyev[1], Gulanbar Abbasova[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2]Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Sciences in Economics, Professor
[2]Master student, abbasova.gul.r@gmail.com

ABSTRACT

Regional Development Banks (RDB) have common characteristics. First, these banks pursue common goals stemming from the needs of developing countries. They are called to implement long-term lending for regional development projects; paying special attention to regional cooperation and crediting of regional associations; develop a development strategy taking into account regional characteristics. Second, about 1/3 of the members of development banks are developed countries. Since they own a significant part of the banks' capital, they have a significant impact on their activities. Any decision of the Inter-American Development Bank (IADB) can be blocked by the US, and the Asian Development Bank (ADB) by Japan and the US, which together have 1/3 of the votes. Thanks to the principle of distribution of votes depending on the authorized capital, the influence on the Regional Development Banks of developed countries is maintained. Thirdly, Regional Development Banks have the same type of procedures related to the formation of obligations, mobilization of resources to special funds, credit policy, similar to the World Bank Group in many ways, but at the same time they have their differences. The formation of the main functions of the RDB took place under the influence of the general trends of socio-economic changes in the respective regions and at the same time was based on the functional characteristics characteristic of development banks. The implementation of functions is based on priorities, which in turn are not rigidly static, but evolve according to the needs of the respective region. The article is devoted to the current state of regional development banks' activities in developing countries.

The European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) is a financial institution that provides an investment vehicle designed to support free enterprise and democratic values in developing countries. The EBRD's understanding of how a market economy works and its relationship with other international financial institutions have also enabled the Bank to play an important role in stabilizing the region and developing transition plans for economic recovery after the shock of the 2008 global financial crisis. Part of the Bank's response to this crisis was a significant and rapid increase in the volume of our operations. Of all the development banks, only the EBRD has a political mandate to provide assistance only to countries "committed to and implementing the principles of multi-party democracy, pluralism and market economy". Environmental principles and a commitment to sustainable energy are also central to the Bank's operations.

The Asian Development Bank became the third Regional Development Bank after the Inter-American Development Bank and the African Development Bank. According to its founding documents, the ADB's objectives are to promote economic development and promote economic cooperation among the states of the region. In order to achieve these goals, ADB has been entrusted with a number of functions: helping to attract private and public investments to the

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

region; financing of projects and development programs at the expense of own resources; to assist countries in coordinating their policies and development plans with the aim of convergence of regional economies and stimulation of intra-regional trade; providing technical assistance for the preparation, financing and implementation of investment projects and programs. The agreement on the establishment of the ADB states that only the Asia-Pacific Region (APR), as well as countries that are not located in the Asia-Pacific Region, but are of the UN or its special states that are members of the institutions can become members of the Bank. To date, the membership of the Bank includes 68 countries, of which 49 are regional participants and 19 are non-regional participants.

The Islamic Development Bank operates widely in the sectors of science, technology and innovation, health, education, infrastructure, transport, energy, trade. IDB loans are completely different from loans given by traditional banks. Any company or project investing in these banks requires maximum transparency of the transaction and equal participation of the total profit in both profit and loss. Thus, Shariah equates the role and capabilities of the financed party and the investor. An Islamic bank transfers the loan base of its financial business to investment by opening an account that collects depositors' money. With these funds, the bank finances entrepreneurs. However, instead of traditional interests, the profit of the entrepreneur is shared with the bank and, in turn, the investor. Depending on the special mechanisms and tools of the Islamic banking system, losses are spread. The basic principle is as follows: the interest of a bank or depositor is not guaranteed initially, but arises as a derivative of commercial profit. The bank's income consists of income redistribution.

Keywords: banking, development, economy, shareholders, investment

İNKİŞAF EMƏKDƏ OLAN ÖLKƏLƏRDƏ REGİONAL İNKİŞAF BANKLARININ İNKİŞAF STRATEGİYASI

Müşfiq Quliyev[1], Gülənbər Abbasova[2]
[1,2]İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1,2]İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası
[1] İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor
[2]Magistr tələbəsi, abbasova.gul.r@gmail.com

XÜLASƏ

Regional İnkişaf Banklarının ümumi xüsusiyyətləri var. Birincisi, bu banklar inkişaf etməkdə olan ölkələrin ehtiyaclarından irəli gələn ümumi məqsədləri güdürlər. Onlar regional inkişaf layihələri üçün uzunmüddətli kreditləşməni həyata keçirməyə çağırılır; regional əməkdaşlığa və regional assosiasiyaların kreditləşdirilməsinə xüsusi diqqət yetirmək; regional xüsusiyyətləri nəzərə alaraq inkişaf strategiyasını hazırlamaq. İkincisi, inkişaf banklarının üzvlərinin təxminən 1/3-i inkişaf etmiş ölkələrdir. Bankların kapitalının əhəmiyyətli hissəsinə sahib olduqları üçün onların fəaliyyətinə ciddi təsir göstərirlər. Mərkəzi Amerika İnkişaf Bankının istənilən qərarını ABŞ, Asiya İnkişaf Bankını isə birlikdə səslərin 1/3-nə malik olan Yaponiya və ABŞ bloklaya bilər. Səslərin nizamnamə kapitalından asılı olaraq bölüşdürülməsi prinsipi sayəsində inkişaf

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

etmiş ölkələrin Regional İnkişaf Banklarına təsiri saxlanılır. Üçüncüsü, Regional İnkişaf Bankları öhdəliklərin formalaşması, resursların xüsusi fondlara səfərbər edilməsi, kredit siyasəti ilə bağlı eyni tipli prosedurlar, bir çox cəhətdən Dünya Bankı Qrupuna bənzəyir, lakin eyni zamanda öz fərqlərinə malikdir. RİB-nin əsas funksiyalarının formalaşması müvafiq regionlardakı sosial-iqtisadi dəyişikliklərin ümumi tendensiyalarının təsiri altında baş verdi və eyni zamanda inkişaf banklarına xas olan funksional xüsusiyyətlərə əsaslandı. Funksiyaların icrası prioritetlərə uyğundur, bu da öz növbəsində sərt statik deyil, müvafiq regionun ehtiyaclarına uyğun olaraq inkişaf edir. Məqalə regional inkişaf banklarının inkişaf etməkdə olan ölkələrdə fəaliyyətinin müasir vəziyyətinə həsr olunmuşdur.
Açar sözlər: bank, inkişaf, iqtisadiyyat, səhmdarlar, investisiya.

Giriş

İlk dəfə olaraq regional bankın yaradılması ideyası 1890-cı ildə Vaşinqtonda keçirilən birinci Mərkəzi Amerika Konfransda müzakirə olundu. Bir sıra Latın Amerikası dövlətlərinin nümayəndələri regionlararası maliyyə təşkilatının yaradılmasını təklif etdilər. Məqsədi iqtisadi inkişaf proqramlarını maliyyələşdirmək üçün vəsait və texniki dəstək vermək idi. Lakin bu təklif daha da inkişaf etmədi, çünki o illərdə iqtisadi və siyasi əlaqələr hələ kifayət qədər inkişaf etməmişdi, belə bir qurumun qurulması üçün lazımi şərtlərə cavab verə bilərdi. Yalnız yarım əsrlik tanınmış beynəlxalq sarsıntılardan sonra vəziyyət əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdi (Abalkina A.A., 2015; 29-38 p).

Regional İnkişaf Bankının yaradılması və fəaliyyəti prototipə çevrildi və müharibədən zərər çəkmiş regional bankların formalaşmasına sonrakı təsirini göstərdi, həmçinin inkişaf üçün xarici resursları cəlb etmək lazım idi.

Bəzi inkişaf etməkdə olan Latın Amerikası ölkələrində kredit layihələri üçün bir sıra müraciətləri nəzərdən keçirildi. Latın Amerikası ölkələrinin sosial-iqtisadi inkişaf üçün maliyyə resurslarına olan tələbatının qane edilməməsiLatın Amerikası və Karib hövzəsi üçün İqtisadi Komissiyası (ECLAC) tərəfindən fəal şəkildə dəstəklənən Mərkəzi Amerika İnkişaf Bankının (*MAİB*) yaradılması ideyasının yenidən iqtisadi sahədə müzakirə olunmağa başlamasının əsas səbəbi oldu. Lakin 1954-cü ildə İqtisadiyyat Nazirlərinin Mərkəzi Amerika Konfransında Braziliya, ABŞ və Perunun üç ölkəsinin nümayəndələri *MAİB*-inyaradılması təklifini rədd etdilər. Bu cavab inkişaf etməkdə olan ölkələrə dövlət fondlarından, ikitərəfli və ya çoxtərəfli mənbələrdən borc götürməkdənsə, daha çox özəl xarici investisiya cəlb etməyi tövsiyə edən ABŞ-ın mövqeyinin əksi idi. Buna baxmayaraq, 1958-ci ildə Braziliya Prezidenti J.Kubicek de Oliveyra Latın Amerikasında iqtisadi və sosial inkişafı stimullaşdırmaq üçün səyləri birləşdirmək təklifi ilə bütün yarımkürə ölkələrinə müraciət etdi. Xüsusilə, onun müraciətində Amerikalararası maliyyə institutunun yaradılmasının zəruriliyi vurğulanıb. Xüsusilə, bu dəfə bu təklifi təkcə Latın Amerikası ölkələri deyil, ABŞ da dəstəkləyib. Vurğulamaq lazımdır ki, ABŞ-ın mövqeyinin dəyişməsi regionun bir sıra ölkələrində solçu əhval-ruhiyyənin kəskin artmasına və baş verən hadisələrə cavab olaraq regionda təsir imkanlarının artırılması zərurəti ilə bağlıdır (Abalkina A.A., 2015; 29-38 p).

Məqsəd

Məqalənin yazılmasında əsas məqsəd Avropa Yenidənqurma İnkişaf Bankı, Asiya İnkişaf Bankı və İslam İnkişaf Bankının inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatına təsiri məsələsini təhlil etməkdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Bu gün Avropa Yenidənqurma İnkişaf Bankı, Asiya İnkişaf Bankı, İslam İnkişaf Bankı xarici mənbələrdən maliyyələşməyə ciddi ehtiyacı olan inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi sferasına fəal şəkildə nüfuz edir. Bu tendensiya xüsusilə bank xidmətlərinin əvvəllər zəif inkişaf etdiyi ölkələr üçün xarakterikdir. Bu tendensiya həm də qeyri-müsəlman ölkələrində islam banklarının fəaliyyəti üçün xarakterikdir, lakin onların iqtisadi genişlənməsi yolunda obyektiv çətinliklər mövcuddur.

Metodlar

Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və regional inkişaf banklarının inkişaf etməkdə olan ölkələrdə fəaliyyətinin müasir vəziyyəti təhlil olmuşdur.

Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı (AYİB) inkişaf etməkdə olan ölkələrdə azad sahibkarlığı və demokratik dəyərləri dəstəkləmək üçün nəzərdə tutulmuş investisiya vasitəsini təmin edən maliyyə institutudur. 1991-ci ildən fəaliyyət göstərən Bankın baş ofisi dünya maliyyə mərkəzi - Londonda yerləşir. Yenidənqurma Bankının əməkdaşlarına beynəlxalq təşkilatın üzvü kimi hüquqi toxunulmazlıq verilmişdir. Bankın yaranması Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin siyasi rejiminin dəyişməsi şəraitində özəl sektorun dəstəklənməsi zərurəti ilə bağlı idi. AYİB Soyuq Müharibə başa çatdıqdan sonra yeni dövrə başlamaq üçün yaradılmışdır. Bank qısa müddət ərzində Avropa tarixinin dönüş nöqtəsində - qitənin şərqində kommunizmin dağılma anında yaranan problemləri həll etmək üçün yaradılıb. AYİB-in yaradılması haqqında Sazişin 1-ci maddəsində deyilir: "AYİB-in məqsədi iqtisadi tərəqqiyə və yenidənqurmaya töhfə verməklə, açıq, bazar yönümlü iqtisadiyyata keçidi, habelə özəl və sahibkarlıq təşəbbüsünün inkişafını təşviq etməkdir. Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri çoxpartiyalı demokratiya, plüralizm və bazar iqtisadiyyatının 7 prinsipinə sadiq qaldılar və onları həyata keçirdilər" (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

1990-cı illərin əvvəllərinin keşməkeşli dövründə Bank Mərkəzi və Şərqi Avropada dəyişikliklərin əsas hərəkətverici qüvvəsi kimi özəl sektora diqqət yetirməyin düzgün olduğunu dönə-dönə sübut etməli oldu. Məhz bu dövrdə AYİB açıq bazara keçid üzrə ekspert kimi şöhrət qazandı. AYİB,transformasiyaların bütün vacib komponentlərində, yənibank sistemlərinin islahatı, qiymətlərin liberallaşdırılması, özəlləşdirmə (qanunlaşdırma və siyasət dialoqu) və mülkiyyət hüquqları üçün müvafiq qanunvericilik bazalarının yaradılması kimi sahələrdə fəal iştirak edirdi.Bu cür islahatlar bacarıqlı konsaltinq, təlim və texniki bacarıqların ötürülməsi ilə dəstəklənir və özəl və dövlət sektorlarına böyük investisiyalar ilə tamamlanır. Daxili kapitalın transformasiya prosesini maliyyələşdirmək üçün kifayət etmədiyi bir şəraitdə bank həm özəl, həm də dövlət mənbələrindən xarici resursların cəlb edilməsinə yardım edir. Bu təcrübə Banka özünün ilkin əməliyyat regionunu Monqolustan (2006-cı ildə), Türkiyə (2009-cu ildə) və İordaniya, Tunis, Mərakeş, Misir və Kosovo (2012-ci ildə) kimi yeni ölkələrə genişləndirmək qərarına gəldikdə çox faydalı oldu. Hazırda bank Mərkəzi Avropadan Mərkəzi Asiyaya qədər, Cənubi və Şərqi Aralıq dənizi ölkələrində 308-dən çox ölkədə fəaliyyət göstərir (https://www.ebrd.com/who-we-are/history-of-the-ebrd.html).

AYİB-in bazar iqtisadiyyatının necə işlədiyini başa düşməsi və onun digər beynəlxalq maliyyə institutları ilə əlaqəsi, həmçinin Banka regionun sabitləşdirilməsində və 2008-ci il qlobal maliyyə böhranının şokundan sonra iqtisadiyyatın bərpası üçün keçid planlarının hazırlanmasında mühüm rol oynamağa imkan verib. Bu böhrana Bankın cavabının bir hissəsi əməliyyatlarımızın həcmində əhəmiyyətli və sürətli artım oldu. Bütün inkişaf banklarından yalnız AYİB-in yalnız "çoxpartiyalı demokratiya, plüralizm və bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinə sadiq və onları həyata keçirən" ölkələrə yardım göstərmək üçün siyasi mandat vardır. Ətraf mühit prinsipləri və dayanıqlı enerjiyə sadiqlik də Bankın əməliyyatlarının mərkəzidir. (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

AYİB-in səhmdarları 71 ölkə, Avropa İttifaqı və Avropa İnvestisiya Bankıdır. Hər bir səhmdarın Bankın ali idarəetmə orqanı olan AYİB-in Rəhbərlər Şurasında öz nümayəndəsi vardır.Rəhbərlər Şurası öz səlahiyyətlərinin böyük hissəsini AYİB-in strateji istiqamətinə cavabdeh olan Direktorlar Şurasına verir (https://www.ebrd.com/shareholders-and-board-of-governors.html).

Eyni zamanda, AYİB-in səhmdarlarının sayı hələ də artır. Son yeni üzvlər arasında Çin, Hindistan, San Marino, Liviya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Əlcəzair var. Həqiqətən də, AYİB hazırda səhmdar bazasını genişləndirən iki böyük çoxtərəfli inkişaf bankından biridir (https://www.ebrd.com/who-we-are/history-of-the-ebrd.html).

Bankın nizamnamə kapitalı AYİB-in səhmdar ölkələrinin töhfələri hesabına formalaşır. Ən böyük səhmdarlar ABŞ (AYİB kapitalının 10,2%-i), Böyük Britaniya, Almaniya, İtaliya, Fransa və Yaponiya (hər biri 8,7%), Rusiya Federasiyası (4,1%), İspaniya və Kanada (hər biri 3,5%), Aİ və EİB-dir. (hər biri 3,1%), Hollandiya (2,5%), Avstriya, Belçika, İsveçrə və İsveç (2,3%), Polşa, Norveç və Finlandiya 1,3% -dir (Kucheryavyi P.V., 2011; 45-63 s.).

AYİB-in cəlb etdiyi maliyyə axınları təkcə dollar və avro ilə deyil, həm də ölkələrin milli valyutaları ilə həyata keçirilir. Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankının məqsədləri aşağıdakılardır:

- bazar iqtisadiyyatına keçiddə özəl sektora dəstək (Rusiya, Ukrayna, Ermənistan, Gürcüstan);
- dövlət sektoru müəssisələrinin özəlləşdirilməsinə dəstək (Ukrayna, Rumıniya, Moldova, Macarıstan);
- birbaşa investisiyaların cəlb edilməsinin stimullaşdırılması (Baltikyanı ölkələr, Bolqarıstan, Makedoniya, Rusiya);
- maliyyə institutlarının gücləndirilməsinə yardım (Polşa, Ukrayna) (Kucheryavyi P.V., 2011; 45-63 c).

AYİB-in əsas vəzifəsi sağlam rəqabət prinsiplərinə əsaslanan iqtisadiyyatın inkişafına kömək etməkdir. Bank öz məqsədlərini iqtisadiyyatın real və maliyyə sektorlarına investisiya qoymaqla reallaşdırır. Bank yeni müəssisələrin yaradılması üçün kreditlər verməklə bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinin möhkəmlənməsinə və sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına kömək edir. AYİB-in gəliri kapital bazarında investisiyaların satışından əldə edilən gəlirlərdən əldə edilir.

AYİB aqrar-sənayedən tutmuş nəqliyyata qədər geniş sahələr üzrə layihələrə investisiya qoyur, yeni müəssisələrin yaradılmasına sərmayə qoyur və sərmayələri mövcud şirkətlərə yönəldir.Bütün layihələrinin mərkəzində şəffaflıq və davamlılığın əsas prinsiplərinə sadiqlik dayanır. Bank həmçinin strateji dialoq vasitəsilə fəaliyyət göstərdiyi sektorlara müsbət təsir göstərməyə çalışır.

AYİB aqrar-sənaye kompleksi,informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, bələdiyyə infrastrukturu, hüquqi islahatlar, təbii ehtiyatlar, sənaye istehsalı və xidmətləri, nəqliyyat,

resursların davamlı istifadəsi və iqlim dəyişikliyi, maliyyə institutları, birbaşa investisiya fondları, enerji, nüvə təhlükəsizliyi sektorlarındafəaliyyət göstərir. Bank müdafiə ilə bağlı fəaliyyət, tütün sənayesi, beynəlxalq hüquqi aktlarla qadağan olunmuş maddələrin istehsalı kimi sektorlar üzrə layihələri maliyyələşdirmir. Əlavə olaraq, AYİB müəyyən məhsul və ya proseslərin ətraf mühitə zərərli olduğu və ya adekvat təsirin azaldılması təmin edilmədiyi halda onları maliyyələşdirməyə bilər (Antropov V.V., 2019; 98-109 p).

AYİB aşağıdakı prinsiplərə uyğun fəaliyyət göstərir:

- Bank bütün əməliyyatlarında sağlam bank prinsiplərini rəhbər tutur;
- Bank əməliyyatları həm fərdi, həm də xüsusi investisiya proqramları çərçivəsində konkret layihələrin maliyyələşdirilməsini, həmçinin AYİB-in yaradılması haqqında Sazişin 1 və 2-ci maddələrində müəyyən edilmiş məqsəd və funksiyalara uyğun olaraq texniki yardımı təmin edir;
- Bank hər hansı üzvün ərazisində hər hansı fəaliyyəti maliyyələşdirməyəcək, əgər həmin üzv belə maliyyələşdirməyə etiraz edirsə;
- Bank öz resurslarından heç bir üzvün xeyrinə qeyri-proporsional istifadəyə yol vermir;
- Bank bütün investisiyalarının əsaslı şəkildə diversifikasiyasına çalışır;
- hər hansı kredit, zəmanət və ya səhm investisiyası etməzdən əvvəl ərizəçi təklif təqdim etməli və Bankın Prezidenti bu təkliflə bağlı İdarə Heyətinə yazılı rəy təqdim etməlidir.
- Bank ərizəçinin Bankın ağlabatan hesab etdiyi şərtlərlə digər mənbələrdən kifayət qədər maliyyə vəsaiti və ya xidmətlər əldə edə bildiyi hər hansı maliyyələşdirmə və ya xidmət göstərmir;
- maliyyələşdirməni təmin edərkən və ya zəmanət verərkən Bank borcalanın və onun zamininin, əgər varsa, maliyyələşdirmə müqaviləsi üzrə öhdəliklərini yerinə yetirmək imkanlarını lazımi qaydada nəzərə alır;
- Bank tərəfindən birbaşa kredit verildiyi halda, borcalan yalnız xərclərə ehtiyac yarandıqda Bankdan öz vəsaitindən istifadə etmək üçün icazə alır;
- Bank bu cür əməliyyatları qənaətbəxş şərtlərlə həyata keçirə bildikdə, investisiyalarını özəl investorlara satmaqla öz vəsaitlərini vaxtaşırı yeniləməyə çalışır;
- ayrı-ayrı müəssisələrə investisiya qoyarkən, Bank müəssisənin ehtiyaclarını, Bankın üzərinə götürdüyü riskləri, habelə oxşar maliyyələşdirmə ilə özəl investorlar tərəfindən adətən əldə edilən şərtləri nəzərə alaraq, məqbul hesab etdiyi şərtlərlə maliyyələşdirməni təmin edir;
- Bank adi və ya xüsusi əməliyyatları çərçivəsində həyata keçirilən hər hansı kredit, investisiya və ya digər maliyyə vəsaitləri hesabına heç bir ölkədən mal və xidmətlərin alınmasına heç bir məhdudiyyət qoymur və bütün lazımi hallarda Bank öz öhdəliklərini genişləndirir, beynəlxalq ticarətin təşkili şərtləri ilə kreditlər verir və digər əməliyyatları həyata keçirir;
- Bank tərəfindən verilmiş və ya zəmanət verilmiş və ya Bankın iştirak etdiyi hər hansı kreditdən və ya Bankın kapital iştirakından əldə edilən vəsaitlərin yalnız Bankın qeyd olunan məqsədlər üçün istifadə edilməsini təmin etmək üçün ağlabatan tədbirlər görməlidir. qənaət və səmərəlilik mülahizələri nəzərə alınmaqla kredit və ya qəbul edilmiş səhmlərdə iştirak (Abalkina A.A., 2015; 29-38 p).

AYİB-in mandatının ən mühüm aspektlərindən biri demokratiyanı gücləndirən islahatları dəstəkləməkdir. AYİB-in təsis prinsiplərindən biri budur ki, demokratik və bazar islahatları paralel getməlidir. AYİB-in keçid parametrlərinə əsasən, region ölkələri, İqtisadi islahatlar

sahəsində ən çox uğur qazananlar da demokratik təsisatların qurulması yolu ilə ən uzağa getmişlər.

Yaşıl İqtisadiyyata Keçid yanaşması çərçivəsində ətraf mühitə fayda verən layihələrə investisiyaların 2025-ci ilə qədər AYİB maliyyələşdirməsinin 50 faizindən çoxunu təşkil edəcəyi gözlənilir. Bu beş ildə il ərzində Bank qadınlar, gənclər, və lazımi səviyyədə xidmət görməyən icmaların imkan bərabərliyini təşviq etmək, həmçinin və rəqəmsal keçidi genişləndirmək üçün texnologiyanın gücünü ortaya çıxarmaqsəylərini artırır. 2020-ci il, islahatların sürətinin yavaşlaması və siyasi və iqtisadi qeyri-müəyyənlik fonunda keçidi yenidən gücləndirməyə çalışan əvvəlki Strateji və Kapital Çərçivəsinin son mərhələsini qeyd etdi (https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2020.html, səh.3).

Bankın fəaliyyəti iqtisadiyyatları daha rəqabətqabiliyyətli, yaxşı idarə olunan, yaşıl, inklüziv, dayanıqlı və inteqrasiyalı etməyə çalışır.Bu altı keçid keyfiyyəti2015-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatına üzv olan bütün ölkələr tərəfindən qəbul edilmiş və onu müşayiət edən Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin 2030 Gündəliyi ilə uyğunlaşdırmışdır. 2017-ci ildən ölçülən altı keçid keyfiyyəti üzrə qiymətləndirmə göstərir ki, ümumilikdə təkmilləşmələr pozulmaları əhəmiyyətli dərəcədə üstələyib. (https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2020.html, s.10)

Pandemiya nəticəsində, 2020-ci ildə imzalanmış layihələrin böyük bir hissəsi davamlılığın keçid keyfiyyətini təşviq etdi və bu, İllik İcmalın təqdim etdiyi nümunə araşdırmalarında öz əksini tapdı(https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2020.html; 3 s).

Cədvəl 1. Əməliyyat nəticələri 2016-2021

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Layihələrin sayı	378	412	395	452	411	413
İllik Bank İnvestisiyaları (milyon avro)	9,390	9,670	9,547	10,092	10,995	10,446
İllik səfərbər edilmiş investisiya (milyon avro) bunlardan birbaşa özəl səfərbərlik	1,693 1,401	1,054 669	1,467 1,059	1,262 460	1,240 411	1,750 908
Layihənin ümumi dəyəri (milyon avro)	25,470	38,439	32,570	34,884	27,224	39,781

Mənbə:https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2020.html; 5 s., https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html; 7 s.

Cədvəl 2. 2016-2021-ci illərin maliyyə nəticələri

Milyon avro	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Xalis gəlir	992	772	340	1,432	290	2,502
İdarə Heyəti tərəfindən təsdiq edilmiş xalis gəlir transferləri.	181	180	130	117	115	80
İdarə heyəti tərəfindən təsdiq edilən xalis gəlirin transferlərindən sonra xalis mənfəət	811	592	210	1,315	175	2,442

Ödənilmiş kapital	6,207	6,211	6,215	6,217	6,217	6,217
Ehtiyatlar və bölüşdürülməmiş mənfəət	9,351	9,961	10,068	11,613	11,674	14,128
Üzvlərin ümumi kapitalı	15,558	16,172	16,283	17,830	17,891	20,345

Mənbə:https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2020.html; 5s. https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html; 7 s.

2020-ci ildə, Covid-19 pandemiyasının başlanmasından sonra Bank, investisiya qoyduğu iqtisadiyyatlarda mövcud keçid nailiyyətlərini qorumaq üçün çox səy göstərdi. Zəruri maliyyənin çatdırılması iqtisadi çöküşün qarşısını almağa kömək etdi, belə ki, Bank həyat qabiliyyətli şirkətləri ayaqda saxlamaq və əsas kommunal xidmətlərin davamlılığını saxlamaq üçün investisiya həcmini sürətlə artırdı. Virusla bağlı əhəmiyyətli narahatlıqlar 2021-ci ildə də davam etsə də, AYİB investisiya həcmi 2020-ci ildə pandemiyaya əsaslanan rekord olan 11 milyard avrodan geriləyərək, il ərzində daha davamlı 10,4 milyard avroya düşüb.Fövqəladə maliyyələşdirmə 2021-ci ildə xeyli aşağı səviyyədə davam etdi. AYİB-in Covid-19 Həmrəylik Paketinin mərkəzi hissəsi olan Dözümlülük Çərçivəsi çərçivəsində investisiya ilə 1,6 milyard avrodan 279 milyon avroya geriləmişdi. Ticarətin maliyyələşdirilməsi Ticarətin Asanlaşdırılması Proqramı çərçivəsində Bankın ticarət dəstəyini gücləndirdiyi 2020-ci ildərekord2090 əməliyyatla 3,3 milyard avro dəyərindən bir qədər qədər aşağı düşərək 2021-ci ildə3,2 milyard avro dəyərində 1883 ticarət sövdələşməsi ilə tamamlanmışdır (https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html; 4-5 s).
2021-ci ildə regionun əksər iqtisadiyyatlaır gözləniləndən daha yaxşı performans göstərdi və problemli kreditlərin sayı ilkin gözləniləndən daha az oldu. AYİB-in fəaliyyət göstərdiyi demək olar ki, hər bir iqtisadiyyat 2020-ci ildə daraldı. Yeni beşillik strategiyanın əsas mərkəzi olan yaşıl sütuna əsasən, AYİB öz regionlarında aşağı karbonlu iqtisadiyyatları təşviq etmək üçün işini genişləndirdi, hökumətlərə 2015-ci il Paris Sazişi çərçivəsində öhdəliklərini yerinə yetirməkdə kömək etmək üçün maliyyə və siyasi dəstəyini artırdı.Yaşıl maliyyə il ərzində ümumi investisiyaların 51 faizini təşkil edib ki, bu da artıq Bankın 2025-ci ilə qədər əksər yaşıl bank olmaq hədəfinə uyğundur. Əhəmiyyətli odur ki, AYİB bütün əməliyyatlarını Paris iqlim sazişinə uyğunlaşdırmağa söz verib. Strategiyanın ikinci sütununa əsasən, AYİB bacarıqlara, məşğulluğa, maliyyəyə, sahibkarlığa və qadınlara, gənclərə və digər az xidmət olunan icmalara dəstək imkanlarını artırmaqla imkan bərabərliyini təşviq etməyi hədəfləyir. (https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html; 4-5 səh.).
Artıq 2021-ci ildə, əlilliyi olan insanlara yönəlmiş layihələrin sayında artım var. Gender məsələləri ilə bağlı layihələrin ümumi sayı 2021-ci ildə 103 faiz artaraq 146-ya çatıb. AYİB 2021-ci ildə Biznesdə Qadınlar proqramını İordan çayının qərb sahili və Qəzzəyə genişləndirdi. O, daha sonra 2014-cü ildə proqramı başlatdığı Türkiyədə qadın sahibkarlara dəstəyini əhəmiyyətli dərəcədə artırdığını elan etdi. Strategiyanın üçüncü sütununa əsasən, AYİB rəqəmsallaşmaya keçidi təmin etmək üçün rəqəmsal inkişafdanistifadə etmək öhdəliyi ilə sistematik bir yola başladı. Bu yanaşma Bankın rəqəmsal sferada və informasiya iqtisadiyyatında mövcud işini qurmaq, genişlənən rəqəmsal uçurum problemlərini həll etmək üçün fəaliyyətləri hərtərəfli çərçivədə birləşdirmək məqsədi daşıyır.AYİB-in yeni rəqəmsal yanaşması regionlarında rəqəmsal texnologiyanın gücünü ortaya çıxarmaq və heç kimin geridə qalmamasını təmin etmək

üçün Bankın bütün alətlərindən istifadə etməyi hədəfləyir. (https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html; 5 səh.).

1965-ci ildə Asiya və Uzaq Şərq üzrə İqtisadi Komissiyasına üzv dövlətlər 1966-cı ilin avqustunda qüvvəyə minən Asiya İnkişaf Bankının (AİB) yaradılması haqqında Saziş imzaladılar. Beləliklə, Asiya İnkişaf Bankı Mərkəzi AmerikaİnkişafBankından və Afrika İnkişaf Bankından sonra üçüncü Regional İnkişaf Bankı oldu. Təsis sənədlərinə uyğun olaraq, AİB-in məqsədləri iqtisadi inkişafı təşviq etmək və region dövlətləri arasında iqtisadi əməkdaşlığı təşviq etməkdir. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün AİB-ə bir sıra funksiyalar həvalə edilmişdir: regiona özəl və dövlət investisiyalarının cəlb edilməsinə köməklik; layihələrin və inkişaf proqramlarının öz vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilməsi; regional iqtisadiyyatların yaxınlaşması, regiondaxili ticarətin stimullaşdırılması məqsədi ilə ölkələrə öz siyasətlərini və inkişaf planlarını əlaqələndirməkdə köməklik göstərmək; investisiya layihələrinin və proqramlarının hazırlanması, maliyyələşdirilməsi və həyata keçirilməsi üçün texniki yardımın göstərilməsi.AİB-in yaradılması haqqında sazişdə qeyd olunur ki, yalnız Asiya-Sakit Okean Regionu (APR), habelə Asiya-Sakit Okean Regionundayerləşməyən, lakin BMT-nin və ya onun xüsusi qurumlarının üzvü olan dövlətlər Bankın üzvü ola bilər. Bu günə qədər Bankın üzvlüyünə 68 dövlət daxildir, onlardan 49-u regional iştirakçı, 19-u isə qeyri-regional iştirakçıdır. (Antropov V.V.,2019; 98-109 s.;https://www.adb.org/who-we-are/about#history).

Bankın fəaliyyətinin 1966-cı ildən 2010-cu ilə qədər olan dövründə təmin etdiyi maliyyələşdirmənin ümumi məbləği 181,6 milyard dollar, o cümlədən 167,1 milyard dollar kreditlər və 4,4 milyard dollar qrantlar təşkil edir. Hazırda AİB Asiya-Sakit Okean regionunda Asiya İnkişaf Fondu, Texniki Yardım Xüsusi Fondu və Yaponiya Xüsusi Fondunun da daxil olduğu ən böyük çoxtərəfli inkişaf institutudur. AİB Regional İnkişaf Banklarının bütün əsas xüsusiyyətlərinə malikdir, bunlara aşağıdakılar daxildir:

1) fəaliyyətin məqsəd və vəzifələri inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatları olan ölkələrin ehtiyacları ilə müəyyən edilir;

2) Bankın nizamnamə kapitalının əhəmiyyətli hissəsi qeyri-regional iştirakçıların - inkişaf etmiş ölkələrin töhfələri hesabına formalaşır (sonuncunun AİB-in nizamnamə kapitalındakı payı təxminən 64,5% təşkil edir);

3) Bankın nizamnamə kapitalı real ödənilməli olan kapitaldan və tələb əsasında ödənilən zəmanətli kapitaldan ibarətdir;

4) güzəştli kreditləşdirmə və texniki yardım alətlərindən istifadə edilir, onların köməyi ilə AİB bir tərəfdən kifayət qədər gəlirli olmayan layihələrin həyata keçirilməsi üçün güzəştli maliyyələşdirmənin təminatını genişləndirməyə çalışır, digər tərəfdən isə davamlılığı təmin etmək üçün zəruri olan layihələri həyata keçirmək üçün iqtisadi artım;

5) inteqrasiya prosesinin kredit stimullaşdırılmasında prioritet, ilk növbədə, infrastrukturun inkişafı istiqamətinə verilir;

6) borcalanları seçərkən regionun ən ödəmə qabiliyyətinə malik ölkələrinə müəyyən üstünlük verilir (Bankın bütün fəaliyyəti dövründə AİB kreditlərinin əsas hissəsi İndoneziya, Pakistan, Hindistan və Çinə verilmişdir (Antropov V.V.,2019; 98-109 p).

2020-ci ilə qədər olan dövr üçün Uzunmüddətli Strategiyaya uyğun olaraq, AİB üç əsas vəzifənin həllinə diqqət yetirmişdir:

1) infrastruktura, təhsil proqramlarına və əsas dövlət xidmətlərinə investisiyalar vasitəsilə üzv dövlətlərin iqtisadi artımını təşviq etmək;

2) "yaşıl" texnologiyaların təşviqi, ətraf mühitin idarə edilməsinə dair biliklərin yayılması, iqlim dəyişikliyinin mənfi təsirlərinin azaldılması və ona uyğunlaşdırılması üçün təşəbbüslərin inkişaf etdirilməsi yolu ilə ekoloji təhlükəsizliyin təkmilləşdirilməsi;
3) üzv dövlətlərin iqtisadiyyatlarının yaxınlaşması üçün resursların bölüşdürülməsi, regiondaxili bazarların konsolidasiyasını təşviq etməklə regional ölkələrlərarası inteqrasiyanın təşviqi.
Bankın fəaliyyətinin əsas istiqamətləri arasında Uzunmüddətli Strategiya ətraf mühitin mühafizəsini, infrastruktur obyektlərinin, maliyyə sektorunun, təhsil xidmətləri sahəsinin inkişafını, regional əməkdaşlıq və inteqrasiyanınəzərdə tutur. AİB-in əlavə iş sahələri qrupuna səhiyyənin inkişafı, kənd təsərrüfatına dəstək, təbii fəlakətlər və fövqəladə hallar zamanı yardımın göstərilməsi daxildir (Antropov V.V., 2019; 98-109 p).
Qeyd edək ki, bu vəzifələr və Bankın işinin konkret istiqamətləri AİB-ə üzv ölkələrin obyektiv sosial və iqtisadi ehtiyacları nəzərə alınmaqla müəyyən edilib. Xüsusilə, Bankın benefisiar ölkələri ümumiyyətlə iqtisadi inkişafın aşağı səviyyəsi (bir çox hallarda iqtisadi gerilik) ilə xarakterizə olunur. Məsələn, 2009-cu ildə AİB-nin alıcıdövlətlərində adambaşına düşən orta ÜDM 2,328 ABŞ dolları təşkil etmişdir. Müqayisə üçün qeyd edək ki, 2009-cu ildə İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatına üzv ölkələrdə eyni göstərici 36 8526 ABŞ dolları təşkil edib, yəni 15,8 dəfə çoxdur. Dövlətlərin iqtisadi inkişaf səviyyəsinin aşağı olmasının ən mühüm nəticəsi onların əhalisinin (rifah, həyat keyfiyyəti) real istifadədə olan gəlirlərinin aşağı səviyyəsi - yoxsulluq problemidir. Asiya-Sakit okean regionunda iqtisadi vəziyyət son illərdə Asiya üçün ən ağır sınaqlardan birinə çevrilən 2008-2009-cu illərin qlobal maliyyə-iqtisadi böhranı (GFEC) ilə əlaqədar daha da pisləşdi. Böhran ilk növbədə yerli istehsalçıların ixrac mallarına istehlak tələbinin azalması ilə özünü göstərdi. Öz növbəsində, regional istehlak və investisiya tempinin azalması bu problemləri daha da kəskinləşdirərək, Asiya dövlətləri üçün ÜDM-in 9,5%-i (2007-ci ildə) olan orta illik iqtisadi artımı ÜDM-in 5,2%-nə (2009-cu ildə) endirmişdir. AİB-in hesablamalarına görə, artım 2007-ci il səviyyəsində davam edərsə, yoxsulluq zonasını tərk edə bilənlərin 71 milyonunun gündəlik istehlakı 2 dollardan, 54 milyon insanın gündəlik istehlakı 1,25 ABŞ dollarından azdır (Kucheryavyi P.V., 2011; 45-63 c).
Hazırda Asiya iqtisadi bərpa sürətinə görə dünya lideridir – 2010-cu ildə regional ÜDM-in artımı 7%-dən çox olmuşdur. Bu nəticələr, digər məsələlərlə yanaşı, AİB böhranı zamanı həyata keçirilən investisiya səyləri sayəsində əldə edilmişdir. Bu məqsədlə 2009-cu ildə Asiya İnkişaf Bankının Rəhbərlər Şurası Bankın nizamnamə kapitalının 55 milyard dollardan 165 milyard dollara qədər misli görünməmiş üç dəfə artırılması barədə qərar qəbul edib. 200% kapital artımı AİB tarixində ən böyük artımdır. Əlavə kapitallaşma Banka böhrandan ən çox təsirlənən ölkələri dəstəkləməyə imkan verdi. Belə ki, 2009-cu ildə AİB-in əməliyyatlarının ümumi həcmi 19,2 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə 57% artım deməkdir və Bankın bütün 45 illik fəaliyyəti üçün mütləq tarixi maksimumdur. Yüksək investisiya fəaliyyəti AİB tərəfindən dəstəklənmiş və 2010-cu ildə Bankın ondakı əməliyyatlarının ümumi həcmi təxminən 17,5 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. Beləliklə, Bank 2009-2010-cu illər üçün kreditlərin verilməsi ilə bağlı əvvəllər qarşıya qoyulmuş hədəfi 15% ötüb. Bundan əlavə, 2009-cu ildə region iqtisadiyyatının kontrtsiklik tənzimlənməsini həyata keçirmək məqsədilə Bank tərəfindən 3 milyard ABŞ dolları məbləğində ilkin kapitala malik olan Kontrtsiklik Sahibkarlıq Fondu (KSF) yaradılmışdır. Bu alətin imkanlarından dərhal AİB-ə üzv dövlətlər istifadə etdilər. Beləliklə, 2009-cu ilin yekunlarına görə, AİB-in əməliyyatlarının ümumi həcminin 28,5%-i KSF-nin payına düşür. Əməliyyatların həcminin yerdə qalan 71,5%-i aşağıdakı paya malik olub: 40,1%-i sosial-iqtisadi islahatların həyata keçirilməsini dəstəkləmək üçün üzv ölkələrə verilmiş

kreditlər; 20,1%-i - özəl kommersiya sektorunda aparılan əməliyyatlar; 11,3%-i - verilmiş kreditlər və qrantlar (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

Bundan əlavə, Bankın əks-tsiklik tədbirlərinin nəzərdən keçirilməsi kontekstində qeyd etmək lazımdır ki, 2009-cu ildə güzəştli maliyyələşdirmə mənbələrinin genişləndirilməsi məqsədilə AİB ən yoxsul regional iştirakçılara əlavə likvidlik təmin etmək üçün Asiya İnkişaf Fonduna 400 milyon dollar köçürüb. Böhran dövründə Asiya İnkişaf Bankının istifadə etdiyi maliyyə alətlərinə gəlincə, qeyd etmək lazımdır ki, 2009-cu ildə 19,2 milyard ABŞ dolları məbləğində əməliyyatların ümumi həcmindən 14,1 milyard ABŞ dolları kreditlər və qrantlar, ABŞ dolları isə zəmanət əməliyyatlarının payına düşür. Eyni zamanda, Bankın investisiyalarının təqribən 81%-i Asiya İnkişaf Bankının 2020-ci ilədək Uzunmüddətli Strategiyasında müəyyən edilmiş beş əsas istiqamətə:infrastrukturun inkişafı, maliyyə sektoru, təhsil proqramları, ekoloji problemlər və regional inteqrasiya yönəldilib. AİB benefisiar dövlətlərin maliyyə dəstəyi üçün bütün mövcud bank alətlərindən, o cümlədən ən az fiskal sabit ölkələr üçün güzəştli və qrant maliyyələşdirmə siyasətindən istifadə edib. Asiya İnkişaf Bankının kontrtsiklik tənzimləmə sahəsində gördüyü tədbirlər beynəlxalq ictimaiyyət tərəfindən yüksək qiymətləndirilib. Belə ki, 2009-cu ilin aprelində Londonda G20 dövlətlərinin liderləri beynəlxalq maliyyə institutları vasitəsilə resursların verilməsi haqqında Bəyannamə qəbul etdilər və bu Bəyannamə AİB-in nizamnamə kapitalının 200% artırılması qərarını dəstəklədi. Bundan əlavə, Asiya İnkişaf Bankının GFEC-in nəticələrinin qarşısını almaq üçün həyata keçirdiyi tədbirlər 2009-cu ilin sonunda Şotlandiyanın Sent-Endryus şəhərində G20-nin maliyyə nazirləri və mərkəzi bank rəhbərlərinin görüşü zamanı müsbət qiymətləndirilmişdir (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

AİB 2021-ci ildə öz inkişaf etməkdə olan üzv ölkələrinə çevik və uyğunlaşdırılmış dəstək göstərməyə davam edərək, qısamüddətli COVID-19 pandemiyasının yaratdığı problemləri həll etmək ehtiyacını uzunmüddətli bərpanı təmin etməklə balanslaşdırdı. Belə ki, 2021-ci ildə AİB hökumətlərə və özəl sektora kreditlər, qrantlar, səhm investisiyaları, zəmanətlər və texniki yardım şəklində 22,8 milyard dollar ayırmışdır. Bu, 2020-ci ildəki maliyyələşdirmənin rekord səviyyəsindən aşağıdır.

Bölgənin 2021-ci ildə COVID-19 reaksiyasına dəstək olaraq, AİB beş əsas sütun üzrə 13,5 milyard dollar ayırmışdır:

1. Təhlükəsiz və effektiv peyvəndlərin çatdırılması-9 milyard dollar dəyərində Asiya-Sakit Okean Peyvəndi Giriş Mexanizmi çərçivəsində AİB ümumilikdə 4,1 milyard dollar vəsait ayırdı və bu, onu regionda ən böyük çoxtərəfli vaksin maliyyəçiyə çevirdi.
2. Sürətli ödənişli maliyyələşdirmənin təmin edilməsi - AİB 2021-ci ildə siyasətə əsaslanan kreditləşdirmə (4,6 milyard ABŞ dolları) və COVID-19 Pandemiyasına Müdaxilə Variantları (250 milyon ABŞ dolları) daxil olmaqla, sürətli ödəmə əməliyyatları vasitəsilə cəmi 4,9 milyard ABŞ dolları məbləğində vəsait ayırıb.
3. Özəl sektorun dəstəklənməsi – bu məqsədlə 3,3 milyard ABŞ dolları məbləğində dəstək göstərib ki, bunun da 3 milyard dolları bankın Ticarət və Təchizat Zəncirinin Maliyyə Proqramı və Mikromaliyyə Proqramı çərçivəsində verilib. Qalan 257 milyon dollar həyati vacib sağlamlıq ləvazimatları və tibbi avadanlıqlar təmin edən şirkətlər üçün birbaşa maliyyə və müəssisələrin açıq qalması və iş yerlərinin saxlanması üçün dövriyyə kapitalı kimi təqdim edilib.
4. Təhsil, səhiyyə və sosial müdafiəyə investisiyalar - Pandemiyaya məruz qalan ciddi əsas xidmət və əhatə dairəsi boşluqlarının aradan qaldırılmasına kömək etmək və gələcək pandemiyalara və digər şoklara qarşı dayanıqlılığı artırmaq üçün təhsil, ictimai səhiyyə və

sosial müdafiə sahələrində COVID-19 reaksiyasını dəstəkləyən proqramlar və layihələr üçün 1,3 milyard dollar ayırıb (https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/788046/adb-annual-report-2021.pdf, s.11).

5. İnkişafda olan üzv ölkələrin məqsədyönlü COVID-19 marifləndirilməsinin təmin edilməsi - COVID-19 böhranı ilə mübarizə aparmaq və bərpa planlarını məlumatlandırmaq üçün inkişafda olan üzv ölkələrə geniştəhsil, maliyyə və su kimi sektorlarda davamlı bərpa üçün lazım olan tədbirlər təqdim etdi. COVID-19-a qarşı cavab tədbirləri üçün 13,5 milyard dollara əlavə olaraq, AİB yaşıl və inklüziv bərpanı stimullaşdırmaq üçün prioritet inkişaf sektorları üzrə 9 milyard dollar ayırıb.

2021-ci ildə bank öz suveren əməliyyatları üçün 14 ikitərəfli tərəfdaş, 11 çoxtərəfli tərəfdaş, 3 özəl sektor tərəfdaşı və 7 çox tərəfdaşlı trast fondundan 5 milyard ABŞ dolları məbləğində xarici resursları səfərbər edib. Bu maliyyənin yarıdan çoxu COVID-19-a qarşı mübarizə üçün idi. Bank həmçinin qeyri-suveren əməliyyatları üçün 7,5 milyard dollar birgə maliyyələşdirmə cəlb edib. AİB 2021-ci ildə bir neçə yeni tərəfdaşlıq strukturu hazırlayıb. Bunlara Qlazqoda Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqlim Dəyişikliyi Konfransında (COP26) başlanmış bir sıra innovativ iqlimlə bağlı təşəbbüslər və perspektivli təmiz enerji texnologiyalarını kommersiyalaşdırmaq məqsədi daşıyan Süni İntellekt və Rəqəmsallaşma İnnovasiya Fondu daxildir. (https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/788046/adb-annual-report-2021.pdf s.12).

Bank eyni zamanda ən böyük tək donorlu etimad fondunu, Çiçəklənən və Dayanıqlı Asiya və Sakit Okean üçün Yaponiya Fonduna çevrilən Yoxsulluğun Azaldılması üzrə Yaponiya Fondunu yeniləndi və Fond ümumi sağlamlıq təminatı, iqlim dəyişikliyi fəaliyyətləri və fəlakət risklərinin idarə edilməsi, keyfiyyətli infrastruktur investisiyaları və dövlət maliyyə idarəçiliyisahəsində irəliləyişlərə diqqət yetirəcək.(https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/788046/adb-annual-report-2021.pdf s.12).

Birincisi, bu, qeyri-müsəlman ölkələrin bank qanunvericiliyində islam banklarının statusunun qeyri-müəyyənliyidir ki, bu da ilk növbədə islam və ənənəvi bank sistemləri, bank əməliyyatlarının prinsip və metodları arasında mövcud fərqlərlə bağlıdır. Bu həm də ondan irəli gəlir ki, İslam İnkişaf Banklarıqanunların, qaydaların faizə əsaslanan iqtisadiyyata xidmət etdiyi bir mühitdə fəaliyyət göstərməyə məcburdur.

İkincisi, qeyri-müsəlman, ilk növbədə sənayeləşmiş ölkələrin kredit bazarlarında investisiya fəaliyyətinin genişləndirilməsinin çətinliyi güclü banklararası rəqabət, xüsusən də güclü rəqabət üstünlüklərinə malik transmilli banklarla bağlıdır.

Üçüncüsü, mənfəət və zərərin bölüşdürülməsi zərurətindən ibarət olan islam banklarının fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətinə görə, onlar borcalanın monitorinqi sisteminə daha sərt tələblər qoyurlar. Bu, həmişə onun üçün faydalı olmaya bilər, çünki bu, daxili məlumatlardan istifadə riskinin artmasına səbəb olur.

Dördüncüsü, dinamik inkişafda olan və getdikcə daha müasir bank məhsulları təklif edən ənənəvi bank sistemindən fərqli olaraq, İslam banklarında belə mobillik yoxdur. Bu, tərkibində riba, xarar və ya meysir olan bəzi əməliyyatlar üzrə şəriət qadağaları, eləcə də yeni məhsulun şəriət şurası ilə uzun müddət razılaşdırılması zərurəti ilə əlaqədar olaraq hər maliyyə xidmətinin təklif oluna bilməməsi ilə bağlıdır (Antropov V.V.,2019; 98-109 p).

İslam bankı, maliyyə işinin kredit bazasını əmanətçilərin pullarını yığan bir hesab açaraq investisiyaya köçürür. Buvəsaitlərlə, bank sahibkarları maliyyələşdirir. Ancaq, ənənəvi maraqların əvəzinə,sahibkarın mənfəətini bankla və öz növbəsində investorlapaylaşır. İslam

banksisteminin xüsusi mexanizmləri və vasitələrindən asılı olaraq, zərərlər dəpaylanılır. Əsas prinsip aşağıdakılardan ibarətdir: bir bankın və ya əmanətçininhaqqı ilkin olaraq təmin edilmir, amma kommersiya mənfəətinintörəməsi kimiyaranır. Bankın gəlirləri gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsindən ibarətdir (Al-Jarhi, 2012).

İslam İnkişaf Bankıçılığı aktivlərinin payı bank sektorunun məcmu aktivlərində 1%-dən azdır (cəmi 0,08%). Bununla belə, Qazaxıstan Respublikasının maliyyə sektorunun 2030-cu ilə qədər inkişaf konsepsiyasına əsasən, 2020-ci ilə qədər bu rəqəm 3-5%-ə çatmalıdır. Bu günə qədər Qazaxıstan İslamİnkişaf Bankçılığı sektoru yalnız bir bankla təmsil olunur - 2010-cu ildə qeydiyyatdan keçmiş Al Hilal İslam Bankı (bu bankın baş ofisi Abu Dabidə yerləşir). Bu bankın 2015-ci ildə cəmi aktivləri 77,77 milyon dollar təşkil edib. Bankın müştəriləri əsasən dövlət və iri şirkətlərdir, lakin o, pərakəndə satış bazarına diqqət yetirmək və İslam məhsullarının tam çeşidini təklif etmək məqsədi daşıyır. Qazaxıstanda 2020-ci iləqədər İslam maliyyəsinininkişafıüzrəyolxəritəsimövcuddurki, bu da ölkədə İslam maliyyəsinininkişafıvətətbiqinimüəyyənedir (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

Ölkə İslam Maliyyə Xidmətləri Şurasının (IFSB), İslam Maliyyə Qurumları üçün Mühasibat və Audit Təşkilatının (AAOIFI) və Beynəlxalq İslam Maliyyə Bazarlarının (IIFM) üzvüdür. Qırğızıstanda bu gün İslam İnkişaf Banklarının fəaliyyətini tənzimləyən 16 normativ akt mövcuddur (Kucheryavyi P.V., 2011; 45-63 c). 2008-ci ildən "EcoİslamicBank" ASC ölkədə islam maliyyələşdirmə prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərir. AzərbaycandaİslamİnkişafBankları son illərdə yalnız ayrı-ayrı filiallarla təmsil olunurdu və bir çox əməliyyat növləri İslam İnkişaf Banklarınınənənəvi əməliyyatları formasında qanunla icazə verilən həddə həyata keçirilirdi. 2008-ci ildə İslam maliyyəsi prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən Xəzər Beynəlxalq İnvestisiya Şirkəti yaradılıb. Rusiyada ən azı üç dəfə İslam İnkişaf Banklarıyaratmaq cəhdi olub, lakin onlar uğursuz alınıb. Beləliklə, 1992-ci ildə Kemerovoda, 1996-cı ildə Mahaçqalada açılan İslam İnkişaf Bankları fəaliyyətini dayandırıb. 1997-ci ildə İslam Bədr Bankını təşkil etmək cəhdi daha uğurlu oldu, lakin 2006-cı ilin dekabrında Rusiya Bankı onun bank lisenziyasını ləğv etdi. Bu gün Rusiyada İslam maliyyəsinin inkişafı onların fəaliyyətinin qanunvericilik və vergi səviyyəsində xüsusi tənzimlənməməsi ilə əngəllənir. Rusiya Federasiyasının Mülki Məcəlləsinə uyğun olaraq, borcalan ilə bank arasındakı müqavilə müstəsna olaraq faiz hesab olunur və "Banklar və bank fəaliyyəti haqqında" Federal Qanun da yalnız faizlərin ödənilməsi prinsipini nəzərdə tutur: kredit ödəmək. Buna əsaslansaq, İslam İnkişaf Banklarınınmövcud Rusiya qanunvericiliyi çərçivəsində fəaliyyəti qeyri-mümkün görünür. Buna baxmayaraq, bəzi müəlliflər hesab edirlər ki, Rusiyada İslam İnkişaf Banklarınıntəşkili imkanları mövcuddur və İslam bankçılığının hüquqi modeli kimi komandit ortaqlığın təşkilati-hüquqi formasından istifadə etməyi təklif edirlər (Mansurov T.A., 2012; 191-202 s).

Nəticə

Regional inkişaf bankları müstəmləkəçilik sisteminin dağılmasından sonra müstəmləkə asılılığından qurtulmuş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi və sosial inkişafını dəstəkləmək üçün yaradılmış beynəlxalq maliyyə institutudur. Beynəlxalq inkişaf bankları maliyyə resurslarının toplanması, regional iqtisadiyyatın strateji inkişafının qlobal sosial-iqtisadi problemlərinin həllini təmin etmək üçün zəruri mərkəzdir. İndiki mərhələdə beynəlxalq inkişaf banklarının rolu və prinsipləri transformasiya olunur. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin maliyyə əsarətinin beynəlxalq institutlarından onlar regional iqtisadiyyatın davamlı inkişafını təmin edən, iştirakçı ölkələrin milli maraqlarına cavab verən və onlara hörmət edən maliyyə resurslarının

toplanması mərkəzlərinə çevrilirlər. Onlar regionun sosial inkişafı üçün resurslar təmin edir və beynəlxalq təşkilatlarda milli dövlətlərin müdafiəsi üçün mövqelər formalaşdırırlar. 1960-cı illərdə müstəmləkə sisteminin dağılması zamanı yaradılmış regional inkişaf bankları təkamül inkişafının yeni mərhələsini keçir. İlkin mərhələdə regional inkişaf bankları müstəmləkəçilik prinsiplərinin davam etdirilməsini nəzərdə tutan inkişaf etməkdə olan ölkələrin maliyyə əsarətinə çevrilməsi mexanizmi kimi, lakin yeni keyfiyyət müstəvisində, milli iqtisadiyyatların inkişafının maliyyə dəstəyi hesabına aralıqlı nəzarət altında yaradılmışdır. Bu gün regional inkişaf bankları başqa problemlərin həlli üçün nəzərdə tutulub. Bu, köhnə prinsiplərlə fəaliyyət göstərən bankların zəifləməsinə, XXI əsrdə regionun innovativ inkişafına, üzv ölkələrin milli maraqlarına və suverenliyinə hörmət edilməsinə, inteqrasiya olunmuş inkişaf edən bankların yaradılmasına yönəlmiş yeni beynəlxalq inkişaf banklarının yaranmasına gətirib çıxarır.

ƏDƏBİYYAT

1. Abalkina A.A. Rol mnogostoronnikh bankov razvitiya v sodeistvii ehkonomicheskoi integratsii [The Role of Multilateral Development Bank in Fostering Economic Integration]. Kontinent partnersva. Moskva, 2015.
2. Antropov V.V. Mnogostoronnie banki razvitiya v mirovoi ekonomike: osobennosti deyatel'nosti i perspektivy sotrudnichestva s Rossiei [Multilateral Development Banks in the World Economy: Business Specifics and Prospects for Cooperation with Russia]. Ekonomika. Nalogi. Moskva, 2019.
3. Kucheryavyi P.V. Regional'nye i subregional'nye banki razvitiya: effekty i indikatory evolyutsionnogo vozdeistviya [Regional and Subregional Development Banks: Effects and Indicators of Evolutionary Impact]. Eurasian Economic Integration, London, 2011.
4. Mansurov T.A. Na puti k Evraziiskomu ekonomicheskomu soyuzu [On the Road to the Eurasian Economic Union]. Moskva, 2012.
5. Al-Jarhi, M. A. “Islamic finance: an efficient equitable option”, Islamic research and training institute, Islamic development Bank.Bakı, 2012.
6. https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/ann 2al-review-2020.html
7. https://www.ebrd.com/news/publications/annual-report/annual-review-2021.html
8. https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/788046/adb-annual-report-2021.pdf
9. https://www.ebrd.com/who-we-are/history-of-the-ebrd.html
10. https://www.ebrd.com/shareholders-and-board-of-governors.html
11. https://www.adb.org/who-we-are/about#history

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ РАЗВИТИЯ В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

Мушфик Гулиев[1], Гуланбар Аббасова[2]
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский Государственный Экономический Университет
[1]Доктор экономических наук, профессор
[2]Магистрант, abbasova.gul.r@gmail.com

РЕЗЮМЕ
Региональные банки развития (РБР)имеют общую характеристику. Во-первых, эти банки преследуют общие цели, вытекающие из потребностей развивающихся стран. Они призваны осуществлять долгосрочное кредитование проектов регионального развития; уделять особое внимание региональному сотрудничеству и кредитованию региональных объединений; разрабатывать стратегию развития с учетом региональных особенностей. Во-вторых, около 1/3 членов банков развития-развитые страны. Поскольку они владеют значительной частью капитала банков, они оказывают серьезное влияние на их деятельность. Любое решение Межамериканский банк развития (МАБР) может быть заблокировано США, а Азиатский банк развития (АБР) -Японией и США, которые вместе имеют 1/3 голосов. Благодаря принципу распределения голосов в зависимости от уставного капитала сохраняется влияние развитых стран на региональные банки развития. В-третьих, региональные банки развития имеют одинаковые процедуры формирования обязательств, мобилизации ресурсов в специальные фонды, кредитную политику, во многом схожую с Группой Всемирного банка, но в то же время имеющую свои отличия. Формирование основных функций РБР происходило под влиянием общих тенденций социально-экономических изменений в соответствующих регионах, а также базировалось на функциональных особенностях, присущих банкам развития. Выполнение функций соответствует приоритетам, которые, в свою очередь, не являются строго статичными, а развиваются в соответствии с потребностями соответствующего региона. Статья посвящена современному состоянию деятельности региональных банков развития в развивающихся странах.
Ключевые слова: банковское дело, девелопмент, экономика, акционеры, инвестиции.

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-139

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
154-168

ENVIRONMENTAL FACTORS THAT DIRECTLY AND INDIRECTLY INFLUENCE MANAGEMENT DECISIONS UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Adil Ahmadov[1], Gunay Jafarova[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Philosophy in Economics
[2]Master student, ceferovagunay0002@gmail.com

ABSTRACT

Decisions made under Risk conditions include those whose consequences are not certain, only the probability of each outcome is known. In general, decision-making in conditions of risk is based on the fact that each possible situation of the development of events can be given a certain probability of its implementation. When it is impossible to assess the likelihood of potential consequences, the decision is made in conditions of uncertainty. Uncertainty is also related to the completeness of information. The totality of material and information relations in modern production is so complex that management processes are necessarily carried out in conditions of incomplete information. Material and information uncertainty, information incompleteness are sources of non-determinism of the main characteristics of the production process, including indicators of production performance.

One of the factors of uncertainty is the determination of the goal of economic development. If the behavior of the economic system is purposeful, then the determination of the goal can take some Conditional Form. This, as a rule, is due to the fact that the manager or leader sets not one goal, but several hierarchically related ones. If it is not possible to achieve one goal in a changing situation, it is necessary to know the next (other) goal that replaces the previous one. The presence of several ways to achieve a fixed goal leads to uncertainty, even if the goal and ways to achieve it are described clearly enough. The way to overcome this uncertainty the application of an alternative comparison criterion may depend on both the initial data and the target.

Faced with uncertainty, the leader can use two main options. First of all, he should try to get additional relevant information and re-analyze the problem. The second possibility is to act based on past experience, judgments or intuition and speculate about the probability of events occurring. This is necessary when there is not enough time to collect additional information or the cost of information is too high. Temporary and information constraints are of great importance in management decision making.

Factors that create uncertainty in the economy are, first of all, factors of complexity due to the fact that the economy is a large, dynamic system that cannot be fully described formally, with a constantly changing structure, internal inconsistency, but without determinism of relations. For the level of uncertainty, stochastic (probabilistic) factors are of paramount importance, which are manifested both in the influence on the economy by nature and society, and in internal systemic relations.

The socio-economic situation in the modern world is characterized by an increase in uncertainty. This circumstance leads to an increase in the number of problems and tasks of management at all levels. In this context, one of the main problems of modern management is the development,

adoption and implementation of managerial decisions, which are the main means of Impact Management.

In order to accurately assess the strength of the enterprise and predict the situation on the market, SWOT analysis is carried out. SWOT analysis allows you to identify the strengths and weaknesses of the enterprise, to foresee the opportunities and dangers that come from the external environment surrounding the enterprise. The advantages of the organization are its strengths (Strengths); and the shortcomings of the organization are weaknesses (Hneaknesses); environmental factors - opportunities (Opportunities), from which the advantages of the organization in the market can be created; factors that are a potential opportunity to worsen the position of the organization in the market are threats (Threats). An improved model of SWOT analysis is called SNW analysis. Strengths, Neutrals, Weaknesses. The SNW analysis focuses on the average market situation (N) in contrast to the strengths and weaknesses analysis of the SWOT matrix.PEST analysis is used to analyze the macro environment. PEST-analysis is based on the study of political, economic, social and technological factors. There are two variants of this analysis: STEP- and PEST-analysis. A variant of the STEP analysis is used in countries with a stable political system and a developed economy. Here mainly technological and social factors are taken into account. To analyze the macro environment of countries whose economy is underdeveloped or whose economy is in a period of transition, a variant of the PEST analysis, which mainly takes into account political and economic factors, is used.

The article is devoted to the analysis of factors affecting the decision-making process in conditions of uncertainty. In this study, an analysis of the role and importance of management decisions in ensuring the healthy functioning of the company in conditions of uncertainty was carried out, as well as an analysis of environmental factors that have a direct and indirect impact and the issues of their influence on management decisions were considered.

Keywords: environment, "Decision tree" method, SWOT analysis, SNW analysis, fuzzy result

QEYRİ-MÜƏYYƏNLİK ŞƏRAİTİNDƏ İDARƏETMƏ QƏRARLARINA BİRBAŞA VƏ DOLAYI TƏSİR GÖSTƏRƏN ƏTRAF MÜHİT AMİLLƏRİ

Adil Əhmədov[1], Günay Cəfərova[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
[2]Magistr tələbəsi, ceferovagunay0002@gmail.com

XÜLASƏ

Risk şəraitində qəbul edilən qərarlara nəticələri müəyyən olmayan, yalnız hər bir nəticənin ehtimalı məlum olan qərarlar daxildir. Ümumiyyətlə, risk şəraitində qərar qəbulu, hadisələrin inkişafının hər bir mümkün vəziyyətinə onun həyata keçirilməsinin müəyyən bir ehtimalının verilə biləcəyinə əsaslanır. Potensial nəticələrin ehtimalını qiymətləndirmək mümkün olmadıqda, qərar qeyri-müəyyənlik şəraitində qəbul edilir. Qeyri-müəyyənlik həm də məlumatın tamlığı ilə bağlıdır. Müasir istehsalatda maddi və informasiya əlaqələrinin məcmusu o qədər mürəkkəbdir ki, idarəetmə prosesləri mütləq natamam informasiya şəraitində həyata keçirilir. Maddi və

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

informasiya qeyri-müəyyənliyi, informasiyanın natamamlığı istehsal prosesinin əsas xüsusiyyətlərinin, o cümlədən istehsalın fəaliyyət göstəricilərinin qeyri-determinizm mənbəyidir.
Qeyri-müəyyənlik amillərindən biri iqtisadi inkişafın məqsədinin müəyyən edilməsidir. İqtisadi sistemin davranışı məqsədyönlüdürsə, hədəfin müəyyənləşdirilməsi hansısa şərti formada ola bilər. Bu, bir qayda olaraq, menecer və ya liderin bir məqsəd deyil, bir neçə iyerarxik əlaqəli məqsəd qoyması ilə əlaqədardır. Dəyişən vəziyyətdə bir məqsədə nail olmaq mümkün deyilsə, əvvəlkini əvəz edən növbəti (digər) məqsədi bilmək lazımdır. Sabit bir məqsədə çatmağın bir neçə yolunun olması, məqsəd və ona çatmağın yolları kifayət qədər aydın təsvir olunsa belə, qeyri-müəyyənliyə səbəb olur. Bu qeyri-müəyyənliyi aradan qaldırmağın yolu alternativ müqayisə meyarının tətbiqi həm ilkin məlumatlardan, həm də hədəfdən asılı ola bilər.
Məqalə qeyri-müəyyənlik şəraitində qərarların qəbulu prosesinə təsir edən amillərin təhlilinə həsr olunmuşdur. Bu tədqiqatda qeyri-müəyyənlik şəraitində şirkətin sağlam fəaliyyətinin təmin olunmasında idarəetmə qərarlarının rolunun və əhəmiyyətinin təhlili aparılmış, habelə birbaşa və dolayı təsir göstərən ətraf mühit amillərinin təhlili və onların idarəetmə qərarlarına təsiri məsələlərinə baxılmışdır.
Açar sözlər: ətraf mühit, "Qərar ağacı" metodu, SWOT təhlil, SNW təhlil, qeyri-səlis nəticə.

Giriş

Risk şəraitində qəbul edilən qərarlara nəticələri müəyyən olmayan, yalnız hər bir nəticənin ehtimalı məlum olan qərarlar daxildir.Risk şəraitində qərarlar qəbul edərkən, rəhbərin ilk qərarı onun azaldılması yollarını axtarmağa yönəlmiş hərəkət olmalıdır. Bu, müəyyən bir problemlə bağlı əlavə məlumatların toplanması və əldə edilməsini əhatə edə bilər, bu sahədə mütəxəssisin rəyini öyrənmək lazım ola bilər, hətta dostluq məsləhəti qərar qəbul edərkən riski azaltmaq üçün faydalı ola bilər. Risk səviyyəsini qiymətləndirən və hadisələrin ehtimal nəticəsini proqnozlaşdıran müxtəlif riyazi üsullar, modellər də faydalı ola bilər
Ümumiyyətlə, risk şəraitində qərar qəbulu, hadisələrin inkişafının hər bir mümkün vəziyyətinə onun həyata keçirilməsinin müəyyən bir ehtimalının verilə biləcəyinə əsaslanır. Bu yanaşma, ehtimal dəyərinin fərdi alternativləri üçün xüsusi səmərəlilik dəyərlərinin hər birini nəzərə almağa və bunun əsasında qərar qəbul etmə alternativlərinin hər birinə uyğun gələn risk səviyyəsinin inteqral göstəricisini əldə etməyə imkan verir. Öz növbəsində, qeyri-müəyyənlik şəraitində qərar qəbulu riskli qərar qəbul edən subyekt üçün hadisələrin inkişafı üçün müxtəlif ssenarilərin ehtimallarının bilinmədiyi fərziyyəsinə əsaslanır. Bu vəziyyətdə, qəbul edilmiş qərara alternativ seçərkən, mövzu bir tərəfdən risk üstünlüyünü, digər tərəfdən tərtib etdiyi "qərar matrisinə" uyğun olaraq bütün alternativlərdən seçim meyarını rəhbər tutur. Hədəf təyinatı dəyişdikdə və ya onun kəmiyyət qiymətləndirməsinin səhv aparıldığı aşkar edilərsə, idarəetmə qərarı yenidən nəzərdən keçirilməli və ya keyfiyyətcə dəyişdirilməlidir.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi təşkilatın xarici mühitinin qeyri-müəyyən amillərini müəyyənləşdirmək, "Qərar ağacı" metodunun sxematik təsvirini vermək, müəssisənin gücünü dəqiq qiymətləndirmək və bazardakı vəziyyəti proqnozlaşdırmaq üçün SWOT təhlili aparmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir dünyada sosial-iqtisadi vəziyyət qeyri-müəyyənliyin artması ilə xarakterizə olunur. Bu hal bütün səviyyələrdə rəhbərliyin problemlərinin və tapşırıqlarının sayının artmasına səbəb olur. Bu

kontekstdə müasir menecmentin əsas problemlərindən biri təsirin idarə edilməsinin əsas vasitəsi olan idarəetmə qərarlarının hazırlanması, qəbulu və həyata keçirilməsidir. Bu cəhətdən məsələyə yanaşdıqda problemin aktuallığı üzə çıxır.

Metodlar

Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində faktların toplanması, qərar ağacı üsulu, analogiya, təhlil, induksiya və deduksiya, eksperiment, modelləşdirmə və qiymətləndirmə, elmi abstraksiya, SWOT, SNW, PEST təhlili, müqayisəli təhlil, sistemli yanaşma, praktiki modelləşdirmə kimi bir sıra metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur.

Potensial nəticələrin ehtimalını qiymətləndirmək mümkün olmadıqda, qərar qeyri-müəyyənlik şəraitində qəbul edilir. Bu, nəzərə alınacaq amillər yeni və mürəkkəb olduqda, onlar haqqında kifayət qədər müvafiq məlumat əldə etmək mümkün olmadıqda baş verir. Nəticədə, müəyyən bir nəticənin olma ehtimalını kifayət qədər əminliklə proqnozlaşdırmaq mümkün olmur. Qeyri-müəyyənlik sürətlə dəyişən şəraitdə qəbul edilməli olan bəzi qərarlar üçün xarakterikdir. Sosial-mədəni, siyasi və bilik tutumlu mühit qeyri-müəyyənlik üçün ən yüksək potensiala malikdir.

Gələcəyin qeyri-müəyyənliyin iki növü mövcuddur: qeyri-müəyyənlik və fundamental qeyri-müəyyənlik. Qeyri-müəyyənliklə gələcək aydın deyil, amma bilinə bilər. Bu tip qeyri-müəyyənlik yalnız insanların məhdud idrak qabiliyyətləri ilə əlaqələndirilir. Fundamental qeyri-müəyyənlik təkcə gələcək haqqında biliyin olmaması deyil, həm də onu bilməyin mümkünsüzlüyü deməkdir. Bu işdə qeyri-mümkünlük zəruri məlumatların əhəmiyyətli bir hissəsinin hələ yaradılmaması ilə əlaqədardır. Beləliklə, indiki ilə gələcək və keçmiş arasında əsaslı ontoloji fərqlər yaranır.

Qeyri-müəyyənliyi nəzərə almaq zərurəti onunla bağlıdır ki, bu gün qəbul edilən qərarların effektivliyi gələcək bilinməyən şəraitdən asılıdır. Bu, ilk növbədə investisiya qərarlarına aiddir. İqtisadiyyatda real tendensiyalar, hadisələr tələbin strukturu, texnologiyaları ilə bağlı proqnozlardan əhəmiyyətli dərəcədə fərqləndikdə müəssisələr, cəmiyyət əhəmiyyətli əlavə xərclər və ya itkilərlə üzləşir (https://elibrary.ru/download/elibrary_46616486_14416177.pdf).

İdarəetmə nöqteyi-nəzərindən qeyri-müəyyənlik idarəetmə obyekti kimi sistemin və onun ətraf mühitin həqiqi vəziyyəti haqqında məlumatsızlıqdır. İstənilən anda qeyri-müəyyənlik aşağıdakı kimi xarakterizə edilə bilər:

- qeyri-müəyyənlik obyektin müasir şəraitdə və bilik nəzəriyyəsinin metodlarında birmənalı şəkildə tanınmasının obyektiv mümkünsüzlüyü səbəbindən yaranır. Qeyri-müəyyənlik insanın məhdud imkanları ilə bağlıdır;
- qeyri-müəyyənlik qeyri-qənaətbəxş (yanlış, natamam) biliklərlə əlaqələndirilir, bunun səbəbi müvafiq mövcud nəzəriyyələrin qeyri-kamilliyi, məlumatların olmamasıdır;
- qeyri-qənaətbəxş ölçmə və hesablama, habelə ilkin məlumatların qəsdən təhrif edilməsi nəticəsində yaranan məlumat qeyri-müəyyənliyi (Pırx E.V., 2017: 1136-1139 s.);

İdarəetmə və sahibkarlıq təcrübəsi idarəetmə qərarlarının qəbulu zamanı edilən hətta kiçik səhvlər nəticəsində itkilərin miqyasının getdikcə artmasına dəlalət edir. İdarəetmə üzrə ədəbiyyatın təhlili göstərir ki, "idarəetmə fəaliyyəti" və "idarəetmə qərarlarının qəbulu" anlayışları bir-biri ilə sıx bağlıdır və bir çox müəlliflər tərəfindən sinonim kimi istifadə olunur. Aydındır ki, müəlliflərin belə mövqeyi haqlıdır, çünki idarəetmə qərarının işlənib hazırlanması və qəbulu prosesi idarəetmə fəaliyyətinin strukturunda birinci dərəcəli, iyerarxik əhəmiyyətli yer tutur. Məhz idarəetmə qərarları həm bu fəaliyyətin birbaşa məzmununu, həm də nəticələrinin effektivliyini müəyyən

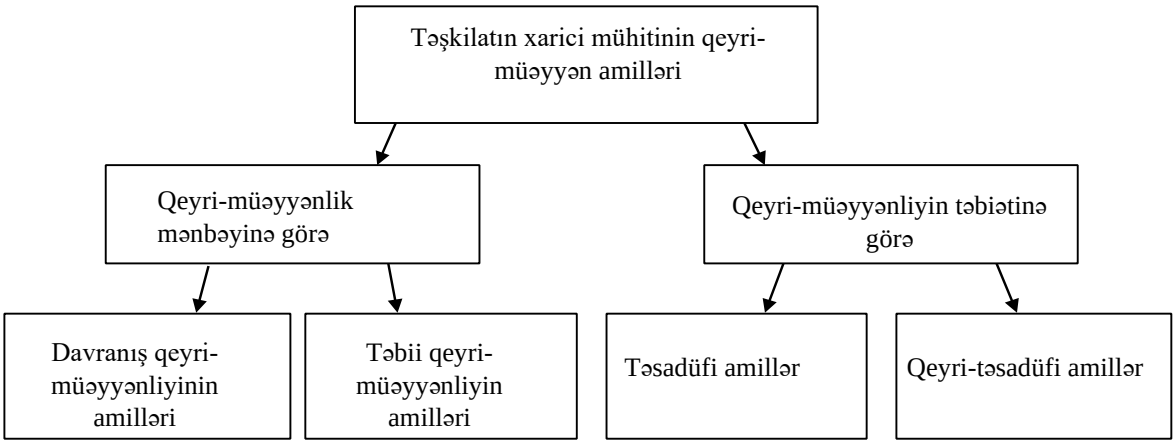
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

edir.(https://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelyonnosti-vneshney-sredy).

Müasir iqtisadiyyatın bazar şərtləri idarəetmə fəaliyyətində proqnozlaşdırılmalı və nəzərə alınmalı olan ətraf mühit amillərin sayını artırır. Bu vəziyyətə əsaslanaraq, müəlliflər artan rəqabət və xarici mühitin artan qeyri-müəyyənliyi şəraitində alternativ fəaliyyət variantlarının inkişafına qərar vermə tədqiqatları sahəsində mühüm yer ayırırlar.

Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyindən danışarkən, qərar qəbul edənin sahib olduğu ətraf mühit haqqında məlumatların miqdarı ilə bu məlumatın düzgünlüyünə və etibarlılığına inam arasındakı əlaqə nəzərdə tutulur. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyi təşkilatın fəaliyyət göstərdiyi müxtəlif şərtləri (sosial, iqtisadi, siyasi, demoqrafik və s.) əhatə edir. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyi nə qədər yüksək olarsa, effektiv idarəetmə qərarları qəbul etmək bir o qədər çətindir. Təşkilatın xarici mühitinin bütün qeyri-müəyyən amilləri mənbədən (davranış və ya təbii qeyri-müəyyənlik amilləri) və qeyri-müəyyənliyin təbiətindən (təsadüfi və ya təsadüfi olmayan amillər) asılı olaraq təsnif edilə bilər (sxem 1).

Sxem 1. Təşkilatın xarici mühitinin qeyri-müəyyən amillərinin təsnifatı.



Mənbə: https://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelyonnosti-vneshney-sredy

Beləliklə, qeyri-müəyyən amillərin təşkilatın fəaliyyətinə, o cümlədən idarəetmə qərarlarının qəbulu və həyata keçirilməsinə təsiri barədə sual yaranır. Qeyri-müəyyən amillərin təsirini öyrənmək üçün idarəetmə nəzəriyyəçiləri və praktikləri qeyri-müəyyənlik təhlilinin müxtəlif üsullarından istifadə etməyi təklif edirlər. Xüsusilə, faktorun təsadüfi bir təbiətə malik olduğu müəyyən edilərsə, onun mümkün qiymətlərinin ehtimalları qiymətləndirilir. Beləliklə, amilin qiymətlərindən yalnız biri mümkün olduqda və buna görə də onun ehtimalı 1-ə bərabər olduqda, o zaman amil müəyyən hesab edilməlidir. Amillərin mümkün dəyərlərinin ehtimalları məlumdursa, onda hər bir alternativin bütün təsadüfi nəticələrinin riyazi gözləntisini hesablamaqla qiymətləndirmək mümkün olur. Belə bir idarəetmə vəziyyətində optimal həll gözlənilən nəticəyə maksimum yaxınlaşmanı təmin edəcək alternativ hesab edilməlidir. Bu yanaşma tez-tez gözlənilən faydalılıq nəzəriyyəsində istifadə olunur. Faktorun mümkün dəyərlərinin ehtimalı bilinmirsə, idarəetmə qərarı vermək üçün digər meyarlardan istifadə olunur (Mendel A.V., 2015: s.5).

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Xarici mühiti öyrənmək və qeyri-müəyyənlik amillərinin təşkilatın fəaliyyətinə təsirini azaltmaq üçün onun rəhbərliyi bunun üçün müxtəlif üsullardan istifadə edərək ətraf mühitin vəziyyətini qiymətləndirir və təhlil edir. Xarici mühiti təhlil etməyin ən sadə və effektiv üsullarından biri ətraf mühit profilinin tərtib edilməsi üsuludur (Remennikov V.V., 2012: s. 6). Bu metoddan istifadə edərək birbaşa təsir mühitinin amillərini (mikro xarici mühit), dolayı təsir mühitinin amillərini (makro mühit), habelə təşkilatın daxili mühitinin amillərini qiymətləndirmək və təhlil etmək mümkündür. Bu metodun tətbiqi prosesində ətraf mühitin hər bir amili mütəxəssislər tərəfindən üç ballıq şkala üzrə qiymətləndirilir:
- onun sektor üçün dəyəri (3 - yüksək dəyər, 2 - orta dəyər, 1 - zəif dəyər);
- təşkilata əhəmiyyət dərəcəsi (3 - güclü təsir, 2 - orta təsir, 1 - zəif təsir);
- təsir istiqaməti (+1 - müsbət istiqamət; - 1 mənfi istiqamət).
Sonra ballar vurulur, nəticədə hər bir amilin təşkili üçün əhəmiyyət dərəcəsinin inteqral göstəricisi yaranır. Nəticələr cədvəl şəklində təqdim olunur (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Təşkilatın ətraf mühit profili

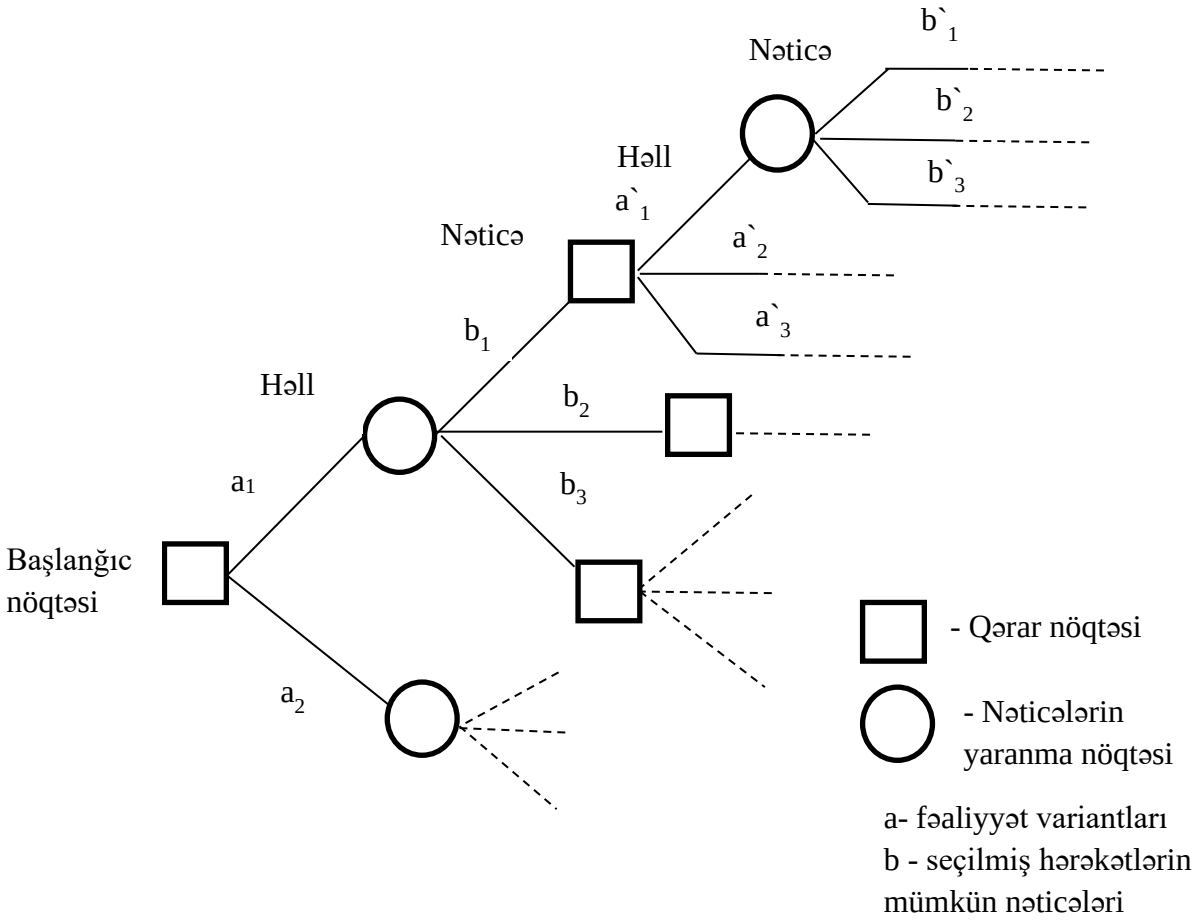
Ətraf mühit faktorları	Sektor üçün əhəmiyyəti	Təşkilata təsiri	Təsir istiqaməti	Əhəmiyyət dərəcəsi
1	2	3	4	2*3*4=5

Mənbə: https://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelyonnosti-vneshney-sredy

Eyni zamanda, qeyri-müəyyənlik şəraitində idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsinin ən təsirli metodlarından biri "qərar ağacı" metodudur. Bu qrafik bir üsuldur və təcrübə göstərir ki, bir çox həll qrafik olaraq təsvir edilə bilsə daha asan verilir (Qulaqin O.A., 2009: s. 53). Qərar ağacı, qrafik olaraq bir ağac quruluşu şəklində təsvir olunan müəyyən bir idarəetmə problemi üçün idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi prosesinin sxematik təsviridir (sxem 2).
Bu üsulun tətbiq edilməsi nisbətən asandır. Qərar ağacı metodundan istifadə alqoritmi bir neçə ardıcıl addımdan ibarətdir. İlkin fəaliyyət vərəqin solunda və ya yuxarı hissəsində yazılmış bir sual vermək və ya problem yaratmaqdan ibarətdir. Bu "başlanğıc nöqtəsi" adlanan yerdən idarəetmə probleminin mümkün həll yollarını göstərən iki (və ya daha çox) "budaq" var. Sonrakı səviyyələr tabe elementləri təmsil edir: qərarlar, hadisələr (vəziyyətlər), nəticələr. Sonrakı qərarlar, vəziyyətlər və ya nəticələr bu elementlərdən ayrıla bilər. Bu, menecerin yekun qərarın ilkin nəticələri hesab edəcəyi səviyyəyə qədər davam edir.
Müxtəlif nəticələrin fərqli ehtimalları var. Buna görə də hər bir vəziyyətə müvafiq ehtimal dəyəri təyin edilməlidir. Bir qayda olaraq, konkret idarəetmə qərarı ilə bilavasitə bağlı olan bütün vəziyyətlərin ümumi dəyəri 1-ə bərabər olur. Əgər iki vəziyyətin ehtimalı eynidirsə, onda onların hər biri 0,5 dəyər alır. Beləliklə, idarəetmə qərarı nə qədər mürəkkəbdirsə, bir o qədər də vəziyyətlərin mərhələləri ilə qarşılaşmaq lazım olacaq. Ümumiyyətlə, demək olar ki, qəbul edilən qərarın gözlənilən nəticələri məzmunca nə qədər fərqli olarsa, “qərar ağacı” bir o qədər az ifadəli olar.

Sxem 2. "Qərar ağacı" metodunun sxematik təsviri

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Mənbə: https://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelyonnosti-vneshney-sredy

Hal-hazırda idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsində şəxsi amil bir çox mühüm texniki problemlərin təsvirində əhəmiyyətli qeyri-müəyyənlik, qeyri-dəqiqlik və qeyri-səlislik yaradan mənbələrdən birinə çevrilir. Mövcud vəziyyətdən çıxmaq üçün L. A. Zadə qeyri-səlis çoxluqlar aparatını işləyib hazırladı ki, bu da klassik riyaziyyatın əhəmiyyətli qeyri-müəyyənlik və qeyri-səlis məntiqlə məsələlərini həll etməyə imkan verir (Ponomarev A. S., 2005: 258 s.).
Qərar vermə aparatının qeyri-müəyyənliyi ilə qeyri-səlisliyi arasındakı əsas fərq ondan ibarətdir ki, klassik ehtimal qeyri-müəyyənliyindən fərqli olaraq qeyri-səlis məntiqdə bir-birini istisna edən hadisələrin kəsişməsi boş çoxluq deyil və bir-birini istisna edən hadisələrin ehtimallarının cəmi 1-dən çox ola bilər.
Əsas qeyri-səlis modelləşdirmə vasitəsi üzvlük funksiyasıdır. Bu funksiya termin dəstləri adlanan linqvistik dəyişənləri ("kiçik", "orta", "böyük" və s. kimi dəqiq müəyyən etmək çətin olan dəyişənlər) çevirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Termin qeyri-səlis dəyişənin qəbul edə biləcəyi dəyərlər toplusudur.
$\mu_A(X)$ üzvlük funksiyası bəzi X çoxluğunun elementlərinin verilmiş qeyri-səlis A çoxluğuna mənsubluğunu təyin edən riyazi funksiyadır. Arqument A qeyri-səlis çoxluğuna nə qədər çox

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

uyğun gəlirsə, $\mu_A(X)$ dəyəri bir o qədər böyük olacaq. Üzvlük funksiyasının qurulması üçün əsas ekspert qiymətləndirmələri, arayış və ya normativ məlumatlar ola bilər.
Üzvlük funksiyalarının qurulması birbaşa və dolayı üsullardan istifadə etməklə həyata keçirilə bilər.
Birbaşa üsullar, ekspertin x elementini xarakterizə edən $\mu_A(X)$ üzvlük funksiyasının dəyərlərini təyin etmək qaydalarını birbaşa təyin etməsi ilə xarakterizə olunur. Birbaşa üsullara misal olaraq, üzvlük funksiyasının birbaşa cədvələ, qrafikə və ya düstura təyin edilməsini göstərmək olar.
Dolayı üsullarda üzvlük funksiyasının dəyərləri əvvəlcədən müəyyən edilmiş şərtlərə uyğun olaraq seçilir. Bu üsullar qrupuna qoşalaşmış müqayisələrə əsaslanan üzvlük funksiyalarının qurulması, statistik məlumatlardan istifadə, dərəcə qiymətləndirmələri və s. daxildir.
Qeyri-səlis nəticə çıxarmanın əsas mərhələləri bunlardır:
1) tək nəticə sisteminin qaydalar bazasının formalaşdırılması;
2) giriş parametrlərinin qeyri-səlisləşdirilməsi;
3) aqreqasiya;
4) qeyri-səlis istehsal qaydalarında alt şərtlərin aktivləşdirilməsi;
5) nəticələrin toplanması;
6) defuzzasiya.
Qəbul edilmiş qərarların etibarlılığının qiymətləndirilməsi ehtimal və ya qeyri-səlis modellər əsasında həyata keçirilir ki, onların işlənməsi ümumi halda olduqca çətin məsələdir, qeyri-müəyyənlik, qeyri-səlis məntiq şəraitdə müxtəlif məhdudiyyətlərin tətbiqini tələb edir.
Ümumi halda idarəetmə qərarlarının qəbulu stoxastik proqramlaşdırma problemlərinin formalaşdırılması və həllinə qədər azaldılır.

$$x^* = \arg\min_{x \in X}\left\{\frac{E_\omega Q[c(\omega), x]}{E_\omega G[a(\omega), x]} \geq E_\omega b(\omega),\ x \geq 0\right\}, \quad (1)$$

burada x - tələb olunan dəyişənlərin vektorudur;
X - icazə verilən çoxluqdur (deterministik və ya ehtimal);
Eω{·}- təsadüfi vektorun ω təsiri altında orta hesablama operatorudur;
Q[c(ω), x], G[a(ω), x], c(ω), a(ω), b(ω) – məqsəd funksiyası, məhdudiyyət funksiyası, məqsəd funksiyası əmsalları, məhdudiyyət və şərt funksiyaları;
ω - təsadüfi amildir.
Ehtimal qeyri-müəyyənliyi müxtəlif strukturların stoxastik modellərini qurmağa imkan verir. Təsadüfi şərtlərin hər hansı həyata keçirilməsində məhdudiyyətlərin pozulması çox arzuolunmaz nəticələrə səbəb olan problemlər mövcuddur. Belə hallarda plan yalnız sıfırdan fərqli ehtimalla görünən bütün funksional a(ω) və resurs məhdudiyyətlərini b(ω) ödəyən x vektorlarını nəzərdə tutur.
İdarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi vəzifələri çox vaxt terminal idarəetmə vəzifələrinə endirilir.

$$Q^*(x) = \operatorname{extr}_{x \in X} Q(c\,x, \gamma\,\eta), \quad (2)$$

$$G_j(\overline{a, b, x}, \gamma\,\eta) \geq R_j,\ j = 1, m_1, \quad (3)$$

$$G_j(\overline{a, b, x}, \gamma\,\eta) = R_j,\ j = m_1, m, \quad (4)$$

burada x - istənilən dəyişəndir;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

a, b, c – model parametrləri;
Q(·), G(·) – səmərəlilik meyarı və problemin məhdudlaşdırılması;
γ - qeyri-müəyyənlik amilidir,
η - müəyyənliyin təqdim olunma üsulundan asılı olan nizamlayıcı parametrdir.
C_i, a_{ij}, b_j təsadüfi dəyişənlərin normal paylanması üçün məsələsinin deterministik ekvivalenti kimi təqdim edilə bilər.

$$x^* = \operatorname{Arg}\min_{x \in X^n} \left\{ \frac{\sum_{i=1}^{n} \bar{c}_i x_i}{\sum_{i=1}^{n} \bar{a}_{ij} x_i} \geq \bar{b}_j + \xi_j, \; j = \overline{1, m} \right\}, \quad (5)$$

$$\bar{x}_i \leq x_i \leq x_i^+, \quad i = \overline{1, n}, \quad (6)$$

$$\xi_j = t_{\alpha_i} \sqrt{\sum_{i=1}^{n} \sigma_{ij}^2 x_i + Q_j^2}, \quad j = \overline{1, m}, \quad (7)$$

burada ξj - ehtimal xarakteristikaları vasitəsilə funksional məhdudiyyətlərin əmsallarının təyin edilməsinin qeyri-müəyyənliyini nəzərə alan termindir - paylanma qanunu, etibarlılıq ehtimalı və a_{ij} və b_j təsadüfi dəyişənlərin σ^2_{ij} və θ^2_j dispersiyaları;
c_i, a_{ij}, b_j – təsadüfi dəyişənlərin riyazi gözləntiləri;
$t\alpha_i$ α_i məhdudiyyətlərinə uyğunluq ehtimalının etibarlılıq səviyyəsinə uyğun olan t dəyəridir.
Çoxkriteriyalı qərar vermə problemini aşağıdakı kimi formalaşdıraq. Bəzi x^n xətti fəzasında $y_i = \phi_i(x)$ funksiyaları müəyyən edilsin ki, bu da xüsusi səmərəlilik meyarları kimi qəbul edilə bilər. Qalan y_i-ni müəyyən bi səviyyədə saxlayaraq, bir neçə xüsusi kriteriyaya ekstremumu (müəyyənlik üçün maksimum) çatdıran x* dəyərini müəyyən etmək tələb olunur, yəni:

$$Q(x) = \sum_{i=1}^{k} \alpha_i \varphi_i(x) \to \max_{x \in X^n}, \quad (8)$$

$$R_i(x) = \varphi_i(x) \geq b_i, \quad i = \overline{k+1, m}, \quad (9)$$

$$x_i^- \leq x \leq x_i^+, \; x_i \geq 0, \; i = \overline{1, k}. \quad (10)$$

Funksional məhdudiyyətlər sistemi balans tənliklərinin növünün analitik asılılıqlarını və istehsal funksiyaları şəklində statistik asılılıqları ehtiva edir. Sonuncunun parametrləri müşahidələrin nəticələrinə əsasən qiymətləndirilir və buna görə də ehtimal qeyri-müəyyənliyi ehtiva edir. İnteqral qiymətləndirmələrin istifadəsi ilkin məlumatların qeyri-müəyyənliyi ilə qarşılaşır (orta ± səpələnmə) və bir neçə kvazi-optimal həllə gətirib çıxarır. Onlardan ən yaxşısının seçimi qərar qəbul edən şəxs tərəfindən həyata keçirilir.
Çox kriteriyalı optimallaşdırmada qəbul edilən qərarların qeyri-müəyyənliyi kəskin şəkildə artır, çünki bura yerli optimallaşdırma problemlərinin ilkin məlumatlarının qeyri-müəyyənliyi,

hesablama prosedurlarının qeyri-müəyyənliyi və yerli meyarların konvolyusiyasının qeyri-müəyyənliyi daxildir.

Ehtimallı konvolution (bükülmə) metodu ən az qeyri-müəyyənliyə malikdir, əsas meyar seçildikdə onunla qismən kriteriyalar arasında statistik əlaqə hesablanır, bükülmə üçün çəki əmsalları kimi xidmət edən qismən meyarlar üçün əmsallar müəyyən edilir.

Xərc metodu göstəricinin yaxşılaşdırılması xərclərinə mütənasib olan çəkilər təyin edir, məsələn, müəyyən faizlə. Ekspert üsulu ilə çəkilər kriteriyaların əhəmiyyətinə uyğun olaraq təyin edilir. Qərar qəbul edən şəxs tez-tez kriteriyaların əhəmiyyətini istədiyi kimi təyin edə bilər, ona görə də bu konvolution metodu ən yüksək qeyri-müəyyənliyə malikdir.

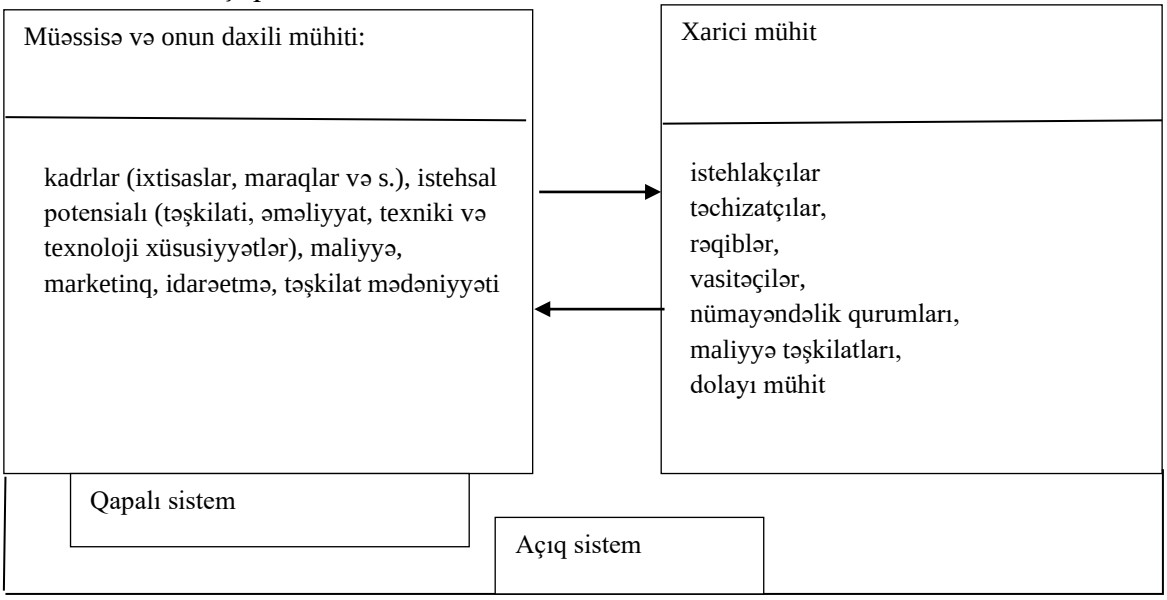
Ən sadə halda ətraf mühit amilləri adətən iki qrupa bölünür: birbaşa və dolayı təsir. Birinci qrupa istehlakçılar, rəqiblər, təchizatçılar, dövlət qurumları, vasitəçilər, maliyyə institutları, əmək mənbələri və s., ikinci qrupun ətraf mühit amillərinə iqtisadiyyatın ümumi vəziyyəti, sosial-mədəni, siyasi, milli, iqlim, coğrafi və digər amillər daxildir.

Birbaşa təsir edən ətraf mühit amilləri mikroiqtisadi səviyyəni əks etdirir və təşkilatın məqsədlərinə nail olmaq imkanlarına və səviyyəsinə birbaşa təsir göstərir. Birbaşa təsir göstərən ətraf mühit amilləri qismən idarə olunur, çünki tədarükçülər, vasitəçilər, istehlakçılar, investorlar, maliyyə və kredit təşkilatları, media, dövlət orqanları və yerli özünüidarəetmə orqanları, rəqiblər də daxil olmaqla bazar sahibkarlıq subyektləri ilə müəssisə üfüqi səviyyədə razılaşmalar, gözlənilən fəaliyyət səmərəliliyini təmin edən kompromislər əldə edə bilər (https://bstudy.net/781006/ekonomika/faktory_vneshney_sredy_vliyanie_prinyatie_upravlencheskih_resheniy).

Dolayı təsirin ətraf mühit amilləri makroiqtisadi səviyyəni xarakterizə edir, onun təsiri müəssisənin fəaliyyəti ilə birbaşa əlaqəli deyil. Müəssisə yalnız özləri üçün az və ya çox əlverişli bir nəticə ilə onlara uyğunlaşa bilər.

Ətraf mühit faktorlarının hər biri müəssisə üçün ya təhlükə, ya da inkişaf üçün fürsət ola bilər. Buna görə də xarici mühitin vəziyyəti daim təhlil edilməli, problemlərin həlli üçün alternativlər seçilərkən təhlilin nəticələrindən istifadə edilməlidir (sxem 3).

Sxem 3: Müəssisə açıq sistem kimi

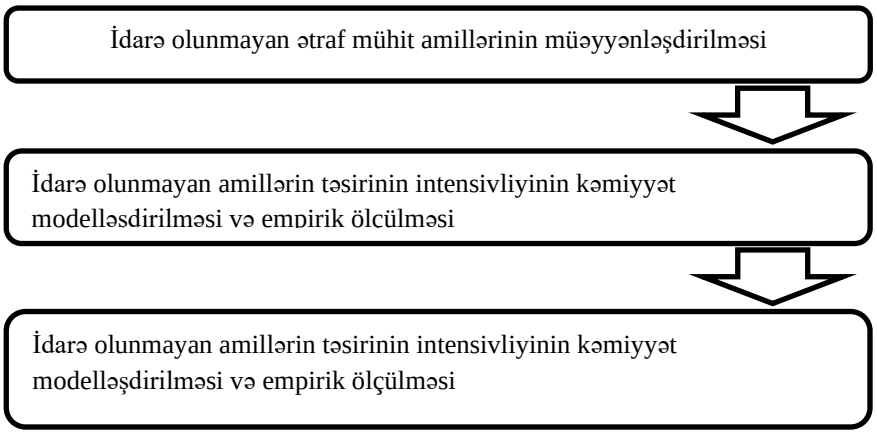


ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Mənbə: https://bstudy.net/781006/ekonomika/faktory_vneshney_sredy_vliyanie_prinyatie_upravlencheskih_resheniy

Ətraf mühit amilləri kimi bazar amilləri rəqabət səviyyəsindəki dəyişikliklər, qiymət dinamikası, reklam şirkətlərinin intensivliyi, əhalinin gəlir səviyyəsindəki dəyişikliklər, demoqrafik vəziyyətdəki dəyişikliklər, əhalinin miqrasiyası, dövlətin proteksionist mövqeləri və s. ətraf mühit amillərinin dinamikası haqqında məlumatların məharətlə istifadəsi xarici təhdidləri minimuma endirməyə və şirkətin uğur qazanması üçün verdiyi imkanlardan istifadə etməyə imkan verir.
Müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətinə təsir edən amilləri idarəetmə dərəcəsinə görə təsnif etmək olar:
- tam idarə olunan (tənzimlənən) amillər kollektivin əməyinin keyfiyyətini xarakterizə edən daxili amillərdir (istehsalın təşkili səviyyəsi, idarəetmə işinin keyfiyyəti, resurslardan istifadənin səmərəliliyi və s.);
- qismən idarə olunan (tənzimlənməsi çətin olan) amillər böyük bir ətalətə sahib olan şərtləri əks etdirən, yəni əsasən idarə olunan obyektin fəaliyyət tarixçəsindən asılı olan və qərar qəbul edən şəxsdən (əsas istehsal fondlarının həcmi və quruluşu, istehsalın texniki səviyyəsinin xüsusiyyətləri, istehsal heyətinin quruluşu və s.) çətinliklə təsirlənə bilən daxili amillərdir və mikro səviyyənin xarici amilləri tədarükçülər, istehlakçılar, investorlar, digər tərəflərlə münasibətləri əks etdirir. Burada qərarlar kompromis xarakter daşıyır və qərar qəbul edən şəxs tərəfindən tamamilə müəyyən edilə bilməz;
- idarə olunmayan (tənzimlənməyən) amillər - idarəetmə subyekti (makroiqtisadi mühit, qanunvericilik və hüquqi mühit, iqlim, coğrafi şərait və s.) tərəfindən dəyişdirilə bilməyən və müəssisənin onlara uyğunlaşmasını tələb edən şərtləri əks etdirən makro səviyyənin ətraf mühit amilləri.

Sxem 4. Təsərrüfat subyektinin xarici mühitə uyğunlaşması prosesinin mərhələləri


İdarə olunmayan ətraf mühit amillərinin müəyyənləşdirilməsi
İdarə olunmayan amillərin təsirinin intensivliyinin kəmiyyət modelləsdirilməsi və empirik ölçülməsi
İdarə olunmayan amillərin təsirinin intensivliyinin kəmiyyət modelləşdirilməsi və empirik ölçülməsi

Mənbə: http://edrj.ru/article/26-08-17

Təşkilatla əlaqəli xarici mühit obyektiv mühitdir və xarici mühitin vəziyyəti biznes üçün əsas əhəmiyyət kəsb edir. Xarici mühit müəssisənin fəaliyyətindən asılı olmayaraq mövcuddur, lakin

müəssisənin fəaliyyətində onun nəzərə alınması zərurəti məcburidir. Xarici mühitin təsirini düzgün nəzərə alaraq, fəaliyyət nəticələrinin asılılığı və müəssisənin səmərəliliyi azalacaq.
Müəssisənin gücünü dəqiq qiymətləndirmək və bazardakı vəziyyəti proqnozlaşdırmaq üçün SWOT təhlili aparılır. SWOT təhlili müəssisənin güclü və zəif tərəflərini müəyyən etməyə, müəssisəni əhatə edən xarici mühitdən gələn imkan və təhlükələri qabaqcadan görməyə imkan verir. Təşkilatın üstünlükləri onun güclü tərəfləridir (Strengths); təşkilatın çatışmazlıqları isə zəifliklərdir (Weaknesses); təşkilatın bazarda üstünlüklərinin yaradıla biləcəyi ətraf mühit amilləri - İmkanlardır (Opportunities); təşkilatın bazardakı vəziyyətini pisləşdirmək üçün potensial bir fürsət olan amillər təhdidlərdir (Threats) (David F., 2016: 16 p.).
SWOT təhlilini keyfiyyətli aparmaq üçün aşağıdakı alqoritmə riayət etmək lazımdır:

1. Müəssisənin əsas inkişaf istiqamətinin müəyyən etmək.
2. Güc və bazar vəziyyətinin qiymətləndirilməsini aparmaq, göstərilən istiqamətdə hərəkət imkanlarını müəyyən etmək (Jones B., 2019: p. 45-47).
3. Müəssisə üçün strateji məqsədlərin qoyulması üçün real imkanların müəyyən edilməsi.

Bu təhlilin aparılması matrisin doldurulmasından ibarətdir. Müvafiq hüceyrələrdə müəssisənin həm güclü, həm də zəif tərəflərini göstərmək, bazar imkanlarını və təhdidlərini qiymətləndirmək lazımdır. Müəssisəyə əlavə imkanlar verən, müəssisənin özəlliyi güclü tərəfləri müəssisənin ən çox uğur qazandığı cəhətlərdir. Üstünlük təcrübə, unikal resurslara sahib olmaq, müasir texnologiyaların və qabaqcıl avadanlıqların mövcudluğu, yüksək ixtisaslı kadrlar, yüksək keyfiyyətli məhsullar, brendin populyarlığı ola bilər. Müəssisənin pis reputasiyası, dar çeşidli məhsullar, resursların çatışmazlığı, qeyri-kafi xidmət səviyyəsi zəif cəhətlərə aid edilə bilər.
Bazar imkanları əlverişli şəraiti göstərir ki, onlardan istifadə etməklə müəssisə üstünlük əldə edə bilər. Bu hallara rəqiblərin pisləşməsi, məhsula tələbatın artması, istehsala müasir texnologiyaların tətbiqi, əhalinin gəlirlərinin artması daxildir.
Bazar təhlükələri müəssisənin fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə biləcək hadisələrdir. Bunlara yeni rəqiblər, artan vergilər, azalan tələb daxildir. Eyni amil müxtəlif müəssisələrə müxtəlif yollarla təsir edə bilər, təhlükə və ya əksinə, fürsətə çevrilə bilər. Məsələn, məşhur və bahalı gözəllik salonu üçün əhalinin gəlir səviyyəsinin aşağı düşməsi təhlükədir, lakin kiçik bərbər üçün bu, fürsət olacaq, çünki gəlirləri aşağı olan insanlar daha ucuz xidmətə üstünlük verəcəklər.
1-ci mərhələ. Müəssisənin güclü və zəif tərəflərinin müəyyən edilməsi. İlk addım şirkətin qiymətləndiriləcəyi xüsusiyyətlərin siyahısını hazırlamaqdan ibarətdir. Bundan əlavə, hər bir xüsusiyyət müəssisə üçün nəyin zəif və nəyin güclü olduğunu müəyyənləşdirilməlidir. Yaranan siyahıdan müəssisənin vacib zəif və güclü tərəfləri seçilməlidir və onlar matrisdə göstərilməlidir.
2-ci mərhələ. Bazar təhdidləri və imkanları müəyyən edilməlidir. Bu mərhələ müəssisənin xarici mühitini qiymətləndirməyə imkan verir. Bu mərhələdəki metodologiya əvvəlki ilə tamamilə eynidir.
3-cü mərhələ. Müəssisənin zəif və güclü tərəflərinin bazar imkanları və təhdidləri ilə əlaqəsi (Trush E.V., Sharapova V.M., 2017: s.. 51-55).
SWOT təhlilinin təkmilləşdirilmiş modeli SNW təhlili adlanır. Strengths –
güclü tərəflər, Neutrals - neytrallar, Weaknesses - zəif cəhətlər. SNW təhlili SWOT matrisinin güclü və zəif tərəflərinin təhlilindən fərqli olaraq orta bazar vəziyyətinə (N) diqqət yetirir. Orta bazar vəziyyətinin nəzərdən keçirilməsinin əsas səbəbi, bir əsas istisna olmaqla, bütün xüsusiyyətlərdəki bütün rəqiblərinə nisbətən orta bazar vəziyyətində olan və yalnız bir xüsusiyyət müəssisənin güclü tərəfi olan müəssisənin rəqabət mübarizəsindəki qələbədir.

PEST analizi makro mühiti təhlil etmək üçün istifadə olunur. PEST-analizi siyasi, iqtisadi, sosial və texnoloji amillərin öyrənilməsinə əsaslanır. Bu analizin iki variantı var: STEP- və PEST-analiz. STEP təhlilinin variantı sabit siyasi sistemin və inkişaf etmiş iqtisadiyyatın mövcud olduğu ölkələrdə istifadə olunur. Burada əsasən texnoloji və sosial amillər nəzərə alınır (Voronin B.A., Svetlakov A.Q. i dr., 2012: s. 91-94). İqtisadiyyatının zəif inkişaf etdiyi və ya iqtisadiyyatının keçid dövründə olduğu ölkələrin makromühitini təhlil etmək üçün PEST təhlilinin əsasən siyasi və iqtisadi amilləri nəzərə alan variantından istifadə edilir.

Nəticə

Beləliklə, təşkilatın vəziyyətin qeyri-müəyyənliyi dinamizmin artması və ya onun şərtlərinin çətinləşməsi ilə artır və xarici mühitin dinamizm dərəcəsi dəyişikliklərin tempi və tezliyi ilə müəyyən edilir. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyi şəraitində rəhbərlik bunun üçün müxtəlif metodlardan istifadə edərək ətraf mühitin vəziyyətini qiymətləndirməyə və təhlil etməyə ehtiyac duyur. Xarici mühiti təhlil etməyin ən sadə və təsirli yollarından biri ətraf mühitin profilini tərtib etmək metodudur. Ətraf mühit profilinin tərtib edilməsi nəticəsində rəhbərlik ətraf mühit amillərindən hansının təşkilat üçün nisbətən daha vacib olduğunu və bu səbəbdən idarəetmə qərarlarının hazırlanması və qəbul edilməsi prosesində daha çox diqqətə layiq olduğu qənaətinə gələ bilər. Bundan əlavə, idarəetmə nəzəriyyəçiləri və praktikantları təşkilatın xarici mühitinin qeyri-müəyyənliyi şəraitində idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsinin ən təsirli metodlarından birinin "qərar ağacı" metodu olduğunu qəbul edirlər. Bu metodun tətbiqi menecerə idarəetmə probleminin daha aydın və strukturlaşdırılmış həll yollarını əldə etməyə imkan verir.

ƏDƏBİYYAT

1. Voronin B.A., Svetlakov A.G., Sharapova V.M. «Programmno-tselevoy metod upravleniya selskim xozyaystvom kak faktor konkurentosposobnosti» // Ural, 2012
2. Kulagin O.A. "Obshaya diagnostika predpriyatiya, ili Kak proniknut v dushu organizatsii" - Moskva, 2013.
3. Mendel A.V. «Modeli prinyatiya resheniy: uchebnoye posobiye dlya studentov vuzov, obuchayushixsya po napravleniyam «Ekonomika» i «Menedjment» / A.V. Mendel. M.: Yuniti-Dana, 2015
4. Ponomarev A. S. «Nechetkiye mnojestva v zadachax avtomatizirovannogo upravleniya i prinyatiya resheniy» / Ponomarev A. S. – Xarkov, 2012
5. Pirx Ye.V. «Osobennosti prinyatiya upravlencheskikh resheniy v usloviyax krizisa i neopredelennosti» / Ye.V. Pirx, M.A. Galkina, T.V. Natalina. // Ekonomika i sochium. Moskva, 2017
6. Remennikov V.V. «Upravlencheskiye resheniya: uchebnoye posobiye dlya studentov vuzov, obuchayushixsya po spetsialnosti «Menejment organizatsiyami» (061100) i «Gosudarstvennoye i munitsipalnoye upravleniye» (061000) / V.V. Remennikov. – 2-ye izdaniye. pererab. I dop. Moskva, 2012
7. Trush Ye.V., Sharapova V.M. «Vneshniy analiz konkurentov organizatsiy» // Ekonomicheskiye issledovaniya i razrabotki. Moskva, 2017
8. David F. «Strategic Management», 4th Ed. New York, 2016
9. Jones B. «Neighborhood Planning: A Guide for Citizens and Planners». Chicago and Washington, 2019

10. https://elibrary.ru/download/elibrary_46616486_14416177.pdf
11. https://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelyonnosti-vneshney-sredy
12. https://bstudy.net/781006/ekonomika/faktory_vneshney_sredy_vliyanie_prinyatie_upravlencheskih_resheniy
13. http://edrj.ru/article/26-08-17

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ПРЯМО ИЛИ КОСВЕННО ВЛИЯЮЩИЕ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Адиль Ахмедов[1], Гюнай Джафарова[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук,[1,2] Азербайджанский государственный экономический университетç
[1]Доктор философии по экономике
[2]Магистрант, ceferovagunay0002@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Решения, принимаемые в условиях риска, включают решения, последствия которых не определены, а известны только вероятности каждого результата. В целом принятие решений в условиях риска основывается на том, что каждой возможной ситуации развития событий может быть присвоена определенная вероятность его осуществления. Когда невозможно оценить вероятность потенциальных последствий, решение принимается в условиях неопределенности. Неопределенность также связана с полнотой информации. В современном производстве совокупность материальных и информационных связей настолько сложна, что процессы управления обязательно осуществляются в условиях неполной информации. Материально-информационная неопределенность, информационная неполнота являются источником недетерминированности основных характеристик производственного процесса, в том числе показателей функционирования производства.

Одним из факторов неопределенности является определение цели экономического развития. Если поведение экономической системы целенаправленно, то определение цели может принимать какую-то условную форму. Это связано, как правило, с тем, что менеджер или руководитель ставит не одну цель, а несколько иерархически связанных целей. Если цель не может быть достигнута в изменяющейся ситуации, необходимо знать следующую (другую) цель, которая заменяет предыдущую. Наличие нескольких способов достижения фиксированной цели приводит к неопределенности, даже если цель и способы ее достижения описаны достаточно четко. Способ преодоления этой неопределенности применение альтернативного критерия сравнения может зависеть как от исходных данных, так и от цели. Статья посвящена анализу факторов, влияющих на процесс принятия решений в условиях неопределенности. В настоящем исследовании проведен анализ роли и значения управленческих решений в обеспечении здорового функционирования компании

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

в условиях неопределенности, а также рассмотрены вопросы анализа факторов внешней среды, оказывающих прямое и косвенное влияние, и их влияния на управленческие решения.

Ключевые слова: среда, метод «дерева решений», SWOT-анализ, SNW-анализ, нечеткий результат.

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-154

E-ISSN: 2674-5224
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
169-183 VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF THE AGRICULTURAL SECTOR IN AZERBAIJAN

Gabil Manafov[1], Gunel Bayramova[2]
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2]Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Sciences in Economics, Professor,
[2]Master student, bayramova2000@mail.ru

ABSTRACT

The Azerbaijani government has been pursuing a policy aimed at diversifying the economy for a long time. One of the most important vectors for the implementation of this strategy is the development of Agriculture in the Republic. The state policy on stimulating the non-oil sector of the Azerbaijani economy is implemented through the implementation of large-scale comprehensive programs aimed at improving the socio-economic situation in agriculture and reducing poverty in rural areas. The general goals of these programs are to modernize production, accelerate a number of sub-sectors of Agriculture, achieve stable reproduction of land and other natural resources of Agriculture, achieve sustainable development of rural areas and, as a result, increase the competitiveness of local agricultural products, employment and living standards of the rural population.Significant government subsidies are allocated to support farmer and peasant farms, soft loans are provided, and institutions to support entrepreneurship are created.

At present, plans have begun to develop agriculture in our lands liberated from occupation as a result of the 44-day Patriotic War, which ended with a great victory over the Armenian Armed Forces. The liberation of our lands from occupation will have a positive impact on the development of Agriculture. Productivity in the country will increase, hundreds of thousands of hectares of land will be irrigated as a result of the release of strategically important reservoirs. There is great potential for the development of viticulture, grain growing, cotton growing and animal husbandry in the liberated lands. Using this potential correctly, at the same time, the expansion of the agricultural processing industry and sustainable development of Agriculture will be ensured

Issues related to the development of the agrarian sector have always been in the focus of the state's attention, at the subsequent stages of the systemic transformation, reforms have been consistently deepened, a diversified system of state support has been formed in the sectors. In general, macroeconomic stability has been established, which, as in other areas, has become one of the important factors in the development of Agriculture in the mode of sustainable growth. Thanks to the successful policy pursued by the Azerbaijani state, it was possible to protect itself from the harmful effects of the global financial and economic crisis. On the other hand, the rapid increase in the incomes of the population during the implementation of the rapid development strategy led to an increase in demand for agricultural products and an expansion of the domestic market.

Currently, local agro-industrial products are exported to many markets around the world. The list includes the Russian Federation, the CIS and the Baltic states, as well as Turkey, China, Czech Republic, Austria, Germany, Spain, Italy, Northern Europe, India, Jordan and the United Arab Emirates. The level of capacity utilization is 30-35 percent at best. Increasing productivity, increasing economic efficiency in this area occurs due to minimizing production costs and

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

increasing the competitiveness of competitive advantage. For transformation, a number of important issues must be addressed. This includes the restoration of the fertility of irrigated arable land, the development of local seed growing using innovative and institutional methods, the formation of decision-making skills along with professional skills and literacy, flexible management practices regardless of the type of enterprise chosen, and, finally, joint farming and cooperatives. The necessary institutional base has been created for the implementation of this idea.

Modernization in the agrarian sector as a process involves both extensive and intensive development of expanded reproduction. If the development in agriculture of fixed assets (buildings, structures, equipment, etc.).) if it is obtained by increasing its use, it is considered an extensi e way, if by increasing productivity, then such an increase is considered to be obtained in an intensi e way. Modernization intensifies the development of Agriculture, constantly increases investments in more modern equipment and more qualified labor, leads to a steady increase in agricultural production. The modernization policy is based on complexity, alternativeness and insurance against possible risks, which contributes to increasing the efficiency of agricultural production and increasing the competitiveness of manufactured products.

The article is devoted to the current state of the agrarian sector in Azerbaijan and the need to increase its competitiveness. The study analyzes the current state of the sectoral structure of the agrarian sector of the country, examines the necessity, problems of increasing the competitiveness of the agrarian sector of Azerbaijan and the mechanisms for their elimination.

Keywords: : agro-industry, modernization, agriculture, road map, state programs.

AZƏRBAYCANDA AQRAR SEKTORUN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Qabil Manafov[1], Günel Bayramova[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor
[2]Magistr tələbəsi, bayramova2000@mail.ru

XÜLASƏ

Azərbaycan hökuməti uzun müddətdir ki, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə yönəlmiş siyasət aparır. Bu strategiyanın həyata keçirilməsi üçün ən mühüm vektorlardan biri respublikada kənd təsərrüfatının inkişafıdır. Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun stimullaşdırılması üzrə dövlət siyasəti kənd təsərrüfatında sosial-iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşdırılmasına və kənd yerlərində yoxsulluğun azaldılmasına yönəlmiş genişmiqyaslı kompleks proqramların həyata keçirilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Fermer və kəndli təsərrüfatlarını dəstəkləmək üçün əhəmiyyətli dövlət subsidiyaları ayrılır, güzəştli kreditlər verilir, sahibkarlığı dəstəkləyən qurumlar yaradılır.

Aqrar sektorda modernləşmə bir proses kimi genişləndirilmiş təkrar istehsalın həm ekstensiv, həm də intensiv şəkildə inkişafını əhatə edir. Əgər kənd təsərrüfatında inkişaf əsas fondların (bina, tikili, avadanlıq və s.) istifadəsini artırmaqla əldə edilirsə, bu, ekstensiv yol hesab olunur, əgər

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

məhsuldarlığı artırmaqla, onda belə artım intensiv yolla əldə edilmiş hesab olunur. Modernləşmə kənd təsərrüfatının inkişafını intensivləşdirir, daha müasir texnikaya və daha ixtisaslı işçi qüvvəsinə sərmayələri daim artırır, kənd təsərrüfatı istehsalının davamlı artmasına səbəb olur. Modernləşdirmə siyasəti kompleksliyə, alternativliyə və mümkün risklərdən sığortaya əsaslanır və bu, kənd təsərrüfatı istehsalının səmərəliliyinin artırılmasına və istehsal olunan məhsulların rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına öz töhfəsini verir.
Məqalə Azərbaycanda aqrar sahənin müasir vəziyyəti və onun rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin zəruriliyi məsələsinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda ölkənin aqrar sektorunun sahə strukturunun müasir vəziyyəti təhlil olunur, Azərbaycanın aqrar sektorunun rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin zəruriliyi, problemləri və onların aradan qaldırılmasının mexanizmləri araşdırılır.
Açar sözlər: aqrar sənaye, modernləşdirmə, kənd təsərrüfatı, yol xəritəsi, dövlət proqramları.

Giriş

2003-cü ildən başlayaraq respublikanın sosial-iqtisadi inkişafı keyfiyyətcə yeni mərhələyə qədəm qoydu. "Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 noyabr 2003-cü il tarixli Fərmanına əsasən islahatların dərinləşdirilməsi, aqrar siyasətin institusional mexanizmlərinin, habelə iqtisadi rıçaqlara əsaslanan tənzimləmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində tədbirlər görülmüşdür (Uygun Aksoy, İsmet Boz və dig., 2018: s.119).
2004-2008, 2009-2013, 2014-2018 və 2019-2023-cü illər üçün ölkə regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı üzrə Dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi kənd və şəhər əraziləri arasındakı fərqləri minimuma endirməklə müasir sosial və istehsal infrastrukturunun formalaşmasına zəmin yaradıb. Bölgələrin siması tamamilə dəyişib. Ümumiyyətlə, son 15 ildə, yəni 2003-cü ildən başlayaraq Azərbaycan xalqı və dövləti sürətli inkişaf, dünya iqtisadi sisteminə inteqrasiya, ərzaq və ekoloji təhlükəsizliyin təmin edilməsi, iqtisadiyyatın yüksək səviyyədə şaxələndirilməsi dövrünü yaşamışdır.
Təbii ki, bütün bunlara Prezident İlham Əliyev tərəfindən konkret istiqamətlər üzrə hazırlanmış proqramlar əsasında düşünülmüş sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası sayəsində uğurla nail olunub. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, 2003-2020-ci illər ərzində 12 konsepsiya, 12 milli strategiya, 12 strateji yol xəritəsi, 10 milli fəaliyyət planı olmaqla ümumilikdə 202 proqram həyata keçirilmişdir. Bu strateji sənədlər əsasında həyata keçirilən məqsədyönlü siyasət ölkəmizin iqtisadiyyatının bütün sahələrinin uğurlu inkişafını təmin etmişdir. Bu baxımdan təkcə iqtisadi deyil, həm də sosial əhəmiyyəti ilə seçilən aqrar sahədə irəliləyişlərə diqqət yetirilməlidir. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı böyük potensiala malikdir və ölkənin qeyri-neft strategiyasının ən mühüm seqmentlərindən biri olaraq qalır. Beləliklə, kənd təsərrüfatı qeyri-neft məhsullarının ixracını, insanların ərzaq təhlükəsizliyini və iş yerlərini təmin edə bilən sahədir. Dövlət müstəqilliyinin ilk illərindən ölkəmizdə ümummilli lider Heydər Əliyevin rəhbərliyi ilə aparılan əsaslı aqrar islahatlar kənd təsərrüfatında azad sahibkarlıq sisteminin formalaşmasını təmin etmiş, onun dinamik inkişaf yoluna qədəm qoymasına imkan vermişdir ("Azerbaycan 2020: geleceye baxısh" İnkishaf Konsepsiyasının tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı, Bakı sheheri, 29 dekabr 2012-ci il, № 800).
Dövlət aqrar siyasətində mühüm mərhələ "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2008-2015-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramı" olmuşdur ki, bu da digər məsələlərlə yanaşı, Azərbaycanın ərzaq təhlükəsizliyinin gücləndirilməsini də nəzərdə tutur.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Bununla paralel olaraq, ərzaq idxalının azaldılmasına və öz ərzaq ehtiyatlarımızın yaradılmasına yönəlmiş "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair dövlət proqramı" həyata keçirilmişdir.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi aqrar sektorun müasir vəziyyətinə nəzər salmaq, kənd təsərrüfatının inkişaf səviyyəsini təhlil etmək, bu sahədə olan dövlət proqramlarının əhəmiyyətini diqqətə çatdırmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Modernləşdirmə yolu ilə ixrac olunan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının rəqabət qabiliyyətini artırmaq, minimum xərclə daha yüksək keyfiyyətə nail olmaq mümkündür. Bunun üçün ən son texnologiyaya və yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinə əsaslanan ixrac kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını təmin etmək lazımdır. Bu halda ixrac olunan məhsullar dünya bazarlarında daha rəqabətqabiliyyətli olacaq. Dünya Bankının fikrincə, kiçik təsərrüfatlara münasibətdə əsas yanaşma onların tərəvəz və meyvələrin ixracına yönəlməsidir. Məsələn, xarici bazarlarda, xüsusilə Rusiya bazarlarında Azərbaycanın meyvə-tərəvəzinə tələbat artır ki, bunun da nəticəsində son illər bu məhsulların ixracı artıb.

Metodlar

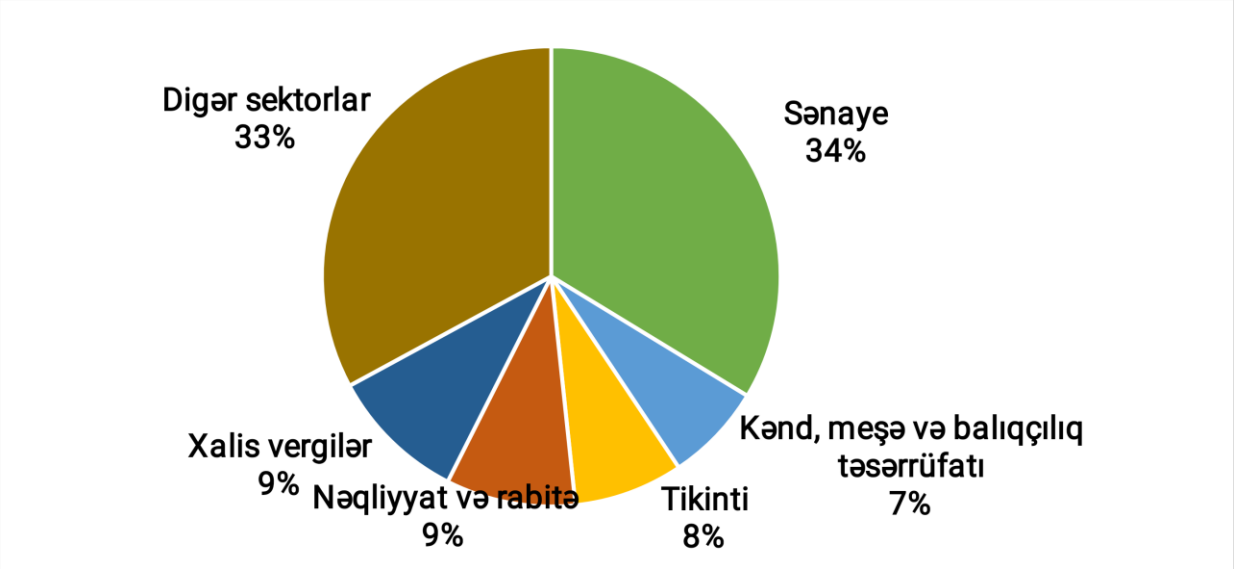
Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Tədqiqat prosesində qrafik, müqayisə, təsnifat və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə ölkənin aqrar sektorunun sahə strukturunun mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək, həmçinin Azərbaycanın aqrar sektorunun rəqabət qabiliyyətinin artırılması mexanizmlərini müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

2003-cü ildən bu günə qədər ölkədə aparılan islahatlar sayəsində Azərbaycan iqtisadiyyatı 3 dəfədən çox artmışdır. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2021-ci ildə Azərbaycanda ÜDM 92,8 milyard manat (54,6 milyard ABŞ dolları) təşkil edib (diaqram 1). 2022-ci ilin 10 ayının yekunlarına görə, ölkənin strateji valyuta ehtiyatları 56 milyard dollara çatıb.

Azərbaycan iqtisadiyyatında kənd təsərrüfatı mühüm yer tutur. Bu sektor ümumi daxili məhsulun 15%-ni istehsal edir. Kənd təsərrüfatı ümumi məşğul əhalinin təxminən 40%-ni təşkil edir. Kənd təsərrüfatında taxıl, pambıq, tütün, kartof, tərəvəz, bostan, yem və meyvə bitkiləri, üzüm, çay plantasiyaları becərilir. Son 5-7 ildə aqrar sahədə nəzərəçarpacaq struktur dəyişiklikləri baş verib. Taxılçılığın, kartofçuluğun, tərəvəzçiliyin, bostançılığın, meyvəçiliyin rolu artmışdır. Müqayisə üçün pambıqçılıq, tütünçülük, üzümçülük, çayçılıq sahələri zəifləyib. Taxılçılıqda buğda əkini mühüm rol oynayır. Əkin sahələrinin strukturunda kənd təsərrüfatı bitkiləri dənli və paxlalılar 67,2 faiz, kartof 4,7 faiz, tərəvəz 6,5 faiz, bostan məhsulları 2,5 faiz və s. təşkil edir.

Diaqram 1. 2021-ci il üçün ÜDM quruluşu

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Mənbə: https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx

Cədvəl 1. Kənd təsərrüfatının bütün kateqoriyalarının orta illik istehsalı, min ton.

Məhsullar	2006-2010	2015	2020
Taxıl bitkiləri, cəmi	2314,0	2999,4	3538,5
Pambıq	71,1	35,2	295,3
Tütün	3,2	3,5	6,3
Kartof	1010,0	839,8	898,9
Tərəvəz	1208,0	1275,3	401,9
Bostan bitkiləri	406,4	484,5	401,9
Meyvə və giləmeyvə	700,8	888,4	1010,8
Üzüm	114,4	157,1	167,6
Çay	0,47	0,58	868,6
Ət (kəsim çəkisi)	186,5	298,6	573,3
Yumurta (milyon ədəd)	1005,7	1552,9	1827,1
yun (fiziki çəki)	14,7	17,0	16,1
Süd	1496,9	1924,5	2129,4

Mənbə: https://republic.preslib.az/ru_c3.html

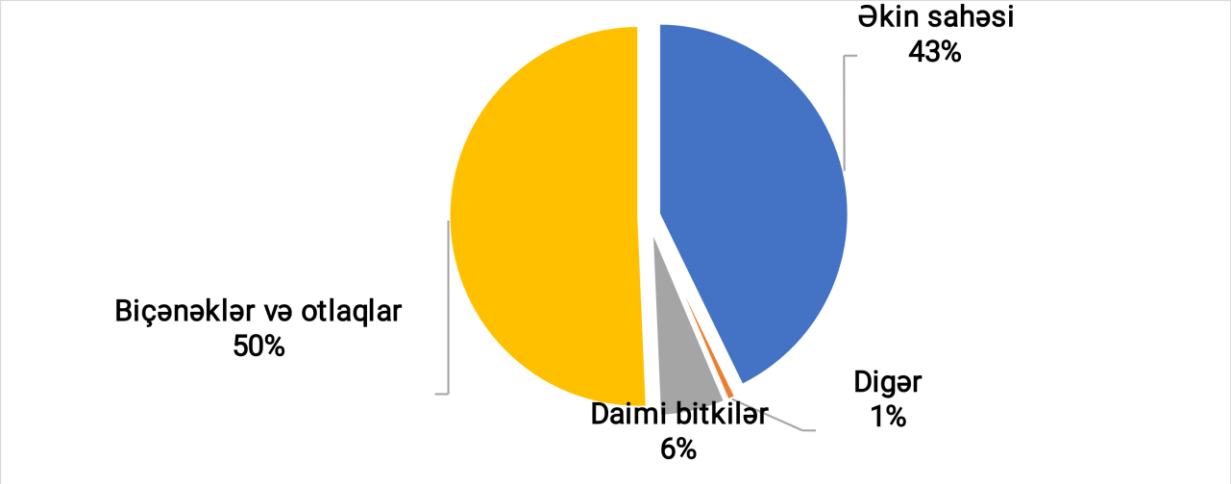
2021-ci ildə Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının həcmi 9 milyard 163,4 milyon manat təşkil edib ki, bu da 2020-ci illə müqayisədə 3,4 faiz çoxdur. 2021-ci ildə heyvandarlıq məhsullarının həcmi 4 milyard 652,4 milyon manat, bitkiçilik məhsulları istehsalının həcmi 4 milyard 511 milyon manat təşkil edib. Eyni zamanda, heyvandarlıq məhsullarında artım 2,8 faiz, bitkiçilikdə 4 faiz təşkil edib.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, Azərbaycanda tərəvəz məhsulu 1 milyon 815,5 min ton (4,4% artım) təşkil edib. Statistikaya əsasən, 2021-ci ildə 1,062 milyon ton kartof (2,3% artım), 3 milyon 363 min ton paxlalı bitkilər, o cümlədən qarğıdalı (3,3% artım), o cümlədən 1

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

milyon 885,4 min ton buğda yığılıb, 459,9 min ton toyuq (2,6% artım), 1 milyon 204,9 min ton meyvə və giləmeyvə (6,3% artım), 209,8 min ton üzüm (0,9% artım), 1177,7 ton yaşıl çay yarpağı (26,4% artım), 193,2 min ton şəkər çuğunduru (23,7% azalma), 286,7 min ton pambıq (14,9% azalma), 25,8 min ton günəbaxan (4,2% artım) və 6,4 min ton tütün (7,7% azalma) yığılmışdır (https://www.zol.ru/n/35182).

Diaqram 2: İstifadə olunan kənd təsərrüfatı sahəsi, 2021

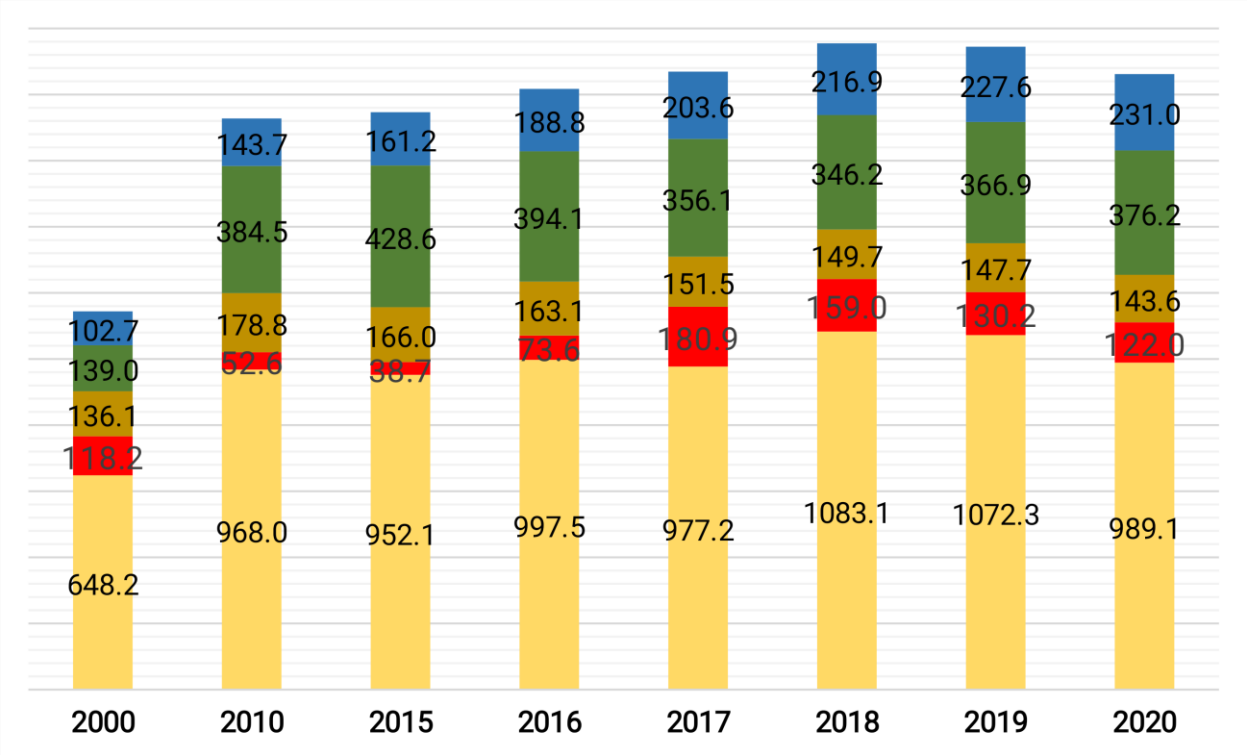


Mənbə: https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx

Ümumi istifadə olunan kənd təsərrüfatı sahəsi 4780,1 min hektardır. Ümumi suvarılan torpaq sahəsi isə 1480,2 min hektardır.
2020-ci ildə Azərbaycanda kənd təsərrüfatı bitkilərinin ümumi əkin sahəsi 2,0 milyon hektar təşkil edib ki, bu da ölkənin ümumi kənd təsərrüfatı sahəsinin 43 faizinə bərabərdir. Əkin sahələrinin yarıdan çoxu biçənək və otlaqların, 5,5%-i isə çoxillik bitkilərin payına düşür. Ölkədə əkin sahələrinin 53%-ə qədəri taxıl və paxlalılar, 20%-i yem bitkiləri, 13%-i meyvə və giləmeyvə, 7%-i kartof, tərəvəz və bostan məhsulları, qalan 7%-i texniki bitkilər təşkil edib. Taxıl və paxlalı bitkilərin 94%-ni buğda və arpa, texniki bitkilərin 82%-ni pambıq, tərəvəzlərin 63%-ni pomidor, soğan və xiyar, meyvə və giləmeyvə, 71%-ni qoz-fındıq, alma, nar və xurma təşkil edib.

Diaqram 3. Kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkilən sahəsi

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Mənbə: https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx

Cədvəl 2. Heyvanların, quşların və arı ailələrinin sayı.

İl	İri buynuzlu mal-qara	Xırda buynuzlu mal-qara	Quş	Arı ailələri	Donuz
2015	2697,5	8645,4	28851,7	251,2	6,1
2020	2646,6	8189,2	32230,2	596,7	5,7
2021	2650,7	8089,7	30175,8	625,3	5,9
2000/ 2021 г.	135%	140%	2.1	11,0	-3,3

Mənbə: https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi 2021-ci ildə iribuynuzlu mal-qaranın sayı 2000-ci illə müqayisədə 135 faiz, xırdabuynuzlu mal-qaranın sayı 140 faiz, ev quşlarının sayı 2,1 dəfə, arı ailələrinin sayı 11 dəfə artmışdır. Donuzların sayı isə 3,3 dəfə azalıb.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Cədvəl 3. Əsas heyvandarlıq məhsulları, min ton.

İl	Ət	Süd	Yumurta, milyon ədəd	Yun	Barama, ton	Bal
2015	298,6	1924,5	1552,9	17,0	0,2	2.6
2020	346,0	2192,5	1906,2	16,1	446,6	6,6
2000/ 2020 г.	2.3	2.1	3.5	148%	6,7	11,0

Mənbə: https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx

Heyvandarlıq məhsullarında da artım müşahidə olunub: ət istehsalı 2,3 dəfə, süd istehsalı 2,1 dəfə, yumurta istehsalı 3,5 dəfə, yun istehsalı isə 148 faiz artmışdır.

Mənbə: https://az.sputniknews.ru/20220804/rost-ekonomiki-azerbaydzhana-444662144.html

2022-ci ilin yanvar-iyun aylarında Azərbaycanda 63,3 milyard manatlıq ümumi daxili məhsul (ÜDM) istehsal olunub ki, bu da 2021-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 6,2 faiz çoxdur.
2022-ci ildə iqtisadiyyatın neft-qaz sektorunda əlavə dəyər 0,2 faiz, qeyri-neft-qaz sektorunda isə 9,2 faiz təşkil edib. Adambaşına düşən ÜDM 58,1% artaraq 6305 manat təşkil edib. Eyni zamanda, ölkədə ÜDM-in 55%-dən çoxu sənayedə, 7%-dən çoxu ticarətdə və nəqliyyat vasitələrinin təmirində istehsal olunub. 2022-ci il dekabrın 1-nə ölkədə dənli və paxlalılar (qarğıdalı istisna olmaqla) əkin sahələrindən 2884,1 min ton və ya ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 6,2% az məhsul yığılıb. Hər hektardan orta hesabla məhsuldarlıq 30,4 sentner olub.
Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2022-ci ilin yanvar-noyabr aylarında quş əti də daxil olmaqla diri çəkidə ət istehsalı 2021-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2,9 faiz artaraq 522 min tona, süd istehsalı 1,9 faiz artaraq 2036,3 min tona, yumurta istehsalı 8 faiz artaraq 1 821,5 milyon ədəd, yun istehsalı 2,3 faiz azalaraq 15,6 min tona, barama istehsalı 31,4 faiz azalaraq 341,4 ton olub (https://yenicag.az/azerbaycanda-aqrar-sektor-3-faizden-cox-boyudu/).
Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2022-ci ildə xam çəkidə 1 milyon 731 min ton buğda istehsal edilib. Xalis çəkidə bu, ötən illə müqayisədə 195 min ton azdır. Cari ildə ölkədə 100 min hektar sahədə pambıq səpilib. 2022-ci ildə pambıq əvvəlki ilə nisbətən 10,1% çox istehsal olunsa da, bu, 2020-ci ildəkindən 10% azdır.
Qeyd edək ki, hökumət "Azərbaycan Respublikasında pambıqçılığın inkişafına dair 2017-2022-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nı qəbul edib. Qəbul edilmiş proqramın icrası nəticəsində 2022-ci ildə xam pambıq istehsalının 500 min tona çatdırılması nəzərdə tutulmuşdu ("Azerbaycan Respublikasında pambıqchılıgın inkishafına dair 2017–2022-ci iller uchun Dovlet Proqramı"nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Serencamı, Bakı sheheri, 13 iyul 2017-ci il, № 3082).
2022-ci ilin 11 ayı ərzində pambıq ixracında əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə xeyli azalma müşahidə olunub. Belə ki, cari ilin yanvar-noyabr aylarında əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə pambıq lifinin ixracı fiziki çəkidə 39,6 faiz, dəyər ifadəsində 14,3 faiz, pambıq iplik ixracı isə 52,6 faiz azalıb.
Hazırda Ermənistan silahlı qüvvələri üzərində böyük qələbə ilə başa çatan 44 günlük Vətən müharibəsi nəticəsində işğaldan azad edilmiş torpaqlarımızda kənd təsərrüfatının daha da inkişaf

etdirilməsinin planlaşdırılmasına başlanılıb. Torpaqlarımızın işğaldan azad edilməsi kənd təsərrüfatının inkişafına müsbət təsir göstərəcək. Ölkədə məhsuldarlıq artacaq, strateji əhəmiyyətli su anbarlarının buraxılması nəticəsində yüz minlərlə hektar ərazi suvarılacaq. Azad edilmiş torpaqlarda üzümçülüyün, taxılçılığın, pambıqçılığın və heyvandarlığın inkişafı üçün böyük potensial var. Bu potensialdan düzgün istifadə etməklə, eyni zamanda, aqrar emal sənayesinin genişləndirilməsi, kənd təsərrüfatının davamlı inkişafı təmin olunacaqdır (http://interfax.az/view/880743).

Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərində - Qarabağda və Şərqi Zəngəzurda mövcud resursların kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına tam cəlb edilməsi ölkədə aqrar-sənaye kompleksinin istehsalını 8 faizdən çox artıracaqdır.

2023-cü ildə Kəlbəcər və Laçında heyvandarlıq və arıçılıq təsərrüfatlarının yay otlaqlarına köçürülməsi daha yaxşı təşkil olunacaq, bu iş daha da genişləndiriləcək.

2022-ci ildə işğaldan azad edilmiş ərazilərdə ümumilikdə 329 166 baş xırdabuynuzlu heyvanlar və 23 794 baş iribuynuzlu heyvanlar otlaqlara köçürülüb. Ümumilikdə 940 qoyunçuluq təsərrüfatı Kəlbəcər və Laçın yaylaqlarına köçürülüb. Arıçılar Şərqi Zəngəzur və Qarabağ iqtisadi rayonlarına 61 mindən çox arı ailəsi aparıblar.

Ölkənin kənd təsərrüfatının perspektiv inkişafının məqsəd və istiqamətlərini müəyyən etmək, onların həyata keçirilməsini təmin etmək üçün Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə “Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi” təsdiq edilmişdir.

"Yol Xəritəsi"-nin əsas məqsədləri ərzaq təhlükəsizliyinin dayanıqlığının gücləndirilməsi, maliyyə resurslarına çıxışın sadələşdirilməsi, ixtisaslaşdırılmış təhsilin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, konsaltinq və informasiya xidmətlərinin inkişafı, istehsalçıların bazarlara çıxışının sadələşdirilməsi, bazar infrastrukturunun inkişafı, aqrar sektorda biznes mühitinin təkmilləşdirilməsi və digər məsələlər idi (Azerbaycan Respublikasında kend teserrufatı mehsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xeritesi, Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fermanı ile tesdiq edilmişdir).

Azərbaycanda kənd təsərrüfatı sahəsində maliyyələşdirmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi, aqrar sığortanın inkişafı və aqrar sektora investisiyaların təşviqi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən "Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatının inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" 11 aprel 2017-ci il tarixli müvafiq Sərəncam imzalanıb.

Aqrar sahənin inkişafı ilə bağlı məsələlər daim dövlətin diqqət mərkəzində olmuş, sistemli transformasiyanın sonrakı mərhələlərində islahatlar ardıcıl olaraq dərinləşdirilmiş, sektorlarda çoxşaxəli dövlət dəstəyi sistemi formalaşdırılmışdır. Ümumiyyətlə, makroiqtisadi sabitlik bərqərar olub ki, bu da digər sahələrdə olduğu kimi, kənd təsərrüfatının da davamlı artım rejimində inkişafında mühüm amillərdən birinə çevrilib. Azərbaycan dövlətinin apardığı uğurlu siyasət sayəsində özünü qlobal maliyyə-iqtisadi böhranın zərərli təsirlərindən qorumaq mümkün olmuşdur. Digər tərəfdən, sürətli inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsi zamanı əhalinin gəlirlərinin sürətlə artması kənd təsərrüfatı məhsullarına tələbatın artmasına və daxili bazarın genişlənməsinə səbəb olub.

Məlumdur ki, bütün ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları imtiyazlı vəziyyətdədir. Onlar torpaq vergisindən başqa bütün vergilərdən azaddırlar. Onlara gübrə, toxum, mal-qara, texnika, yanacaq, motor yağının alınmasına büdcədən subsidiya və güzəştlər verilir. Son 10 ildə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına müxtəlif dəstək tədbirləri üçün 1,2 milyard manata yaxın subsidiyalar ödənilib. “Aqrolizinq” ASC tərəfindən

ölkəyə 44 minə yaxın kənd təsərrüfatı texnikası, 843 min tona yaxın mineral gübrə və 30 mindən çox damazlıq heyvan gətirilərək güzəştli şərtlərlə lizinq yolu ilə istifadəyə verilib. Damazlıq mal-qaranın, toxumların, gübrələrin, pestisidlərin, laboratoriya avadanlıqlarının idxalı, habelə dənli və paxlalı bitkilərin toxumlarının yetişdirilməsi, təmizlənməsi, çeşidlənməsi və kalibrlənməsi, kənd təsərrüfatı heyvanlarının profilaktikası, diaqnostikası və müalicəsi üçün maşınların satışı, quşların, baytarlıq preparatlarının, kənd təsərrüfatı qurğularının, suvarma və digər məqsədlər üçün maşın, avadanlıq və mexanizmlərin idxalı ƏDV-dən azaddır. Azərbaycan Prezidentinin 2 mart 2018-ci il tarixli "Bitkiçiliyin intensiv inkişafının təmin edilməsinə dair əlavə tədbirlər haqqında" fərmanına uyğun olaraq, istehsalçılar mineral gübrələrə 50 faizə qədər, pestisidlərə 5 dəfəyə qədər endirimin artırılmasını müsbət qarşılayıblar.

Kənd təsərrüfatı istehsalçıları yuxarıda göstərilən güzəştlərdən əlavə, müəssisələrin İnkişafı Fondu vasitəsilə güzəştli kreditlərdən də yararlana bilirlər. Qeyd edək ki, aqrar sahənin istehsal infrastrukturunun genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının dəstəklənməsi üçün hər il dövlət büdcəsindən daha çox vəsait ayrılır. Subsidiyalara və güzəştli kreditləşməyə ayrılan resurslar xeyli artırılıb. Aqrar sahənin inkişafına, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə yönəlmiş dövlət proqramlarının icrası, genişmiqyaslı institusional quruculuq və modernləşdirmə tədbirləri kənd təsərrüfatında yeni vəzifələrə şərait yaradır. Nəticədə, qida ilə özünə təminatın artırılmasında əhəmiyyətli irəliləyiş əldə edildi və meyvə, tərəvəz və bir sıra digər kənd təsərrüfatı məhsullarının, eləcə də qida və içkilərin emalından sonra ixracının artması davamlı oldu. Bu məhsullar qeyri-neft ixracının yarıdan çoxunu təşkil edir.

Ənənəvi əlavə dəyər yaradan sahələrdə - pambıqçılıq, tütünçülük, düyü pendiri, baramaçılıq, çayçılıq, üzümçülük və sitrusçuluq sahələrində dövlət proqramları çərçivəsində həyata keçirilən islahatlar aqrar sektorun da inkişafını sürətləndirib. Nəticədə kənd yerlərində geniş məşğulluq potensialı yaradılıb, şəhərdən kəndə miqrasiya artıb. Prezidentin 6 dekabr 2016-cı il tarixli və 16 mart 2016-cı il tarixli "Milli iqtisadiyyatın əsas sektorlarının Strateji Yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında" fərmanları aqrar sektorun inkişafını, iqtisadi inkişaf strategiyasını və 2016-2020-ci illər üçün fəaliyyət planını, habelə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı da daxil olmaqla 2025-ci ilə qədər olan dövr üçün 12 istiqamətin uzunmüddətli icmalını müəyyənləşdirdi.

İxracın əhəmiyyətli dərəcədə artırılması məsələləri strateji yol xəritələrinin tətbiqinin orta və uzunmüddətli perspektivdə iqtisadiyyatın və onun prioritet sahələrinin davamlı inkişafının təmin edilməsinə yönəldiyi yeni mərhələnin əsas prioritetləridir. Mənfi təbiət hadisələri nəticəsində məhsul itkisi nəticəsində fermerlərə dəymiş ziyanın qismən və ya tam ödənilməsi məsələsinə böyük diqqət yetirilir. Bununla bağlı Kənd Təsərrüfatı Sığortası Fondunun yaradılması nəzərdə tutulur. Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı sahəsində tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə 2023-cü ilədək ümumi daxili məhsulun 1,2 milyard manat artırılması nəzərdə tutulur.

2019-cu ilin may ayında IFC-nin "Azərbaycanda aqrobiznesin investisiya mühiti və rəqabət qabiliyyəti"layihəsi çərçivəsində Azərbaycan Hökuməti ilə beynəlxalq maliyyə korporasiyası (IFC) arasında üç əməkdaşlıq sazişi və üç anlaşma memorandumu imzalanıb. Bu sazişlər aqrobiznesdə rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına dəstək verir ki, bu da öz növbəsində iqtisadiyyatın daha da şaxələndirilməsinə və yeni iş yerlərinin açılmasına kömək edəcəkdir.

Layihə biznesin lisenziyalaşdırılması və təftiş prosedurlarının sadələşdirilməsinə, investisiya siyasətinin və təşviqi çərçivəsinin hazırlanmasına, ölkədə birbaşa xarici investisiyaların cəlb

edilməsi siyasətinin həyata keçirilməsinə, eləcə də kənd təsərrüfatı və aqrobiznesdə mövcud problemlərin aradan
qaldırılmasına kömək edəcək.

Azərbaycanın 29 yanvar 2019-cu il tarixli Prezidentin Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramı"nda "Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi"-nin icrası dəstəklənib. Şübhəsiz ki, bu, kənd təsərrüfatı məhsullarının əhəmiyyətli dərəcədə artırılmasına geniş imkanlar açacaq və əhalinin bu məhsullara artan tələbatını ödəyəcəkdir. Aqrar sahənin innovativ texnologiyalar əsasında inkişafının sürətləndirilməsi ilə bağlı məsələlər son vaxtlar müxtəlif istiqamətlər üzrə qəbul edilmiş dövlət proqramlarında öz əksini tapmışdır. Bütün bunlar son nəticədə kənd təsərrüfatının və heyvandarlığın rəqabət qabiliyyətini artırmağa, xarici bazarlara çıxış imkanlarını genişləndirməyə imkan verir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının artırılmasının əsas məqsədinin müəyyənləşdirilməsi ilə əlaqədar ölkə daxilində və xaricə logistik ixrac infrastrukturunun formalaşdırılması prosesinə başlanılıb. Tərəvəz və meyvələrin sürətli daşınması üçün "yaşıl" dəhlizlər yaradılır, yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının xaricə təbliği istiqamətində kompleks tədbirlər həyata keçirilir.

Paytaxtın Ekspomərkəzində hər il keçirilən "World Food Azerbaijan" beynəlxalq kənd təsərrüfatı sərgiləri yerli məhsulların ixrac potensialının genişləndirilməsinə və beynəlxalq bazarda rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına şərait yaradır.

Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (AZPROMO) 2003-cü ildə İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların cəlb edilməsi və qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması məqsədilə yaradılıb.

AZPROMO dövlət başçısının Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı ilə bağlı qarşıya qoyduğu bir sıra məqsədlərə nail olmaq, o cümlədən məhsulların xarici bazarlara çıxarılması, xarici alıcıları Azərbaycan məhsulları haqqında məlumatlandırmaq və onlarla əlaqələr qurmağa kömək etmək məqsədilə müxtəlif beynəlxalq tədbirlər təşkil edir, Azərbaycan investisiya mühiti haqqında ətraflı məlumat almaq istəyən və investisiya yatırmaqda maraqlı olan xarici şirkətlərə "bir pəncərə" sistemi əsasında yerli şirkətlərlə xidmət və dəstək göstərir (https://azpromo.az/ru/page/haqqimizda/azpromo).

"Azərbaycanda Satınalma Missiyasının Təşkili" mexanizmi Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 5 oktyabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş 10 müxtəlif dəstək mexanizmindən biridir. Bu mexanizm "Made in Azerbaijan" brendi ilə istehsal olunan məhsulların rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına, yerli məhsulların ixracının həcminin genişləndirilməsinə kömək edəcək, həmçinin qeyri-neft istehsalının stimullaşdırılmasında mühüm rol oynayacaq. Gələcəkdə bu mexanizmdən digər sərgilər çərçivəsində də istifadə olunması nəzərdə tutulub. Azərbaycan məhsullarının xaricdə tanınmasının artırılmasına və ixracının stimullaşdırılmasına yönəlmiş bu dəstək mexanizmi yerli və xarici iş adamları arasında işgüzar dialoqun qurulmasında, qeyri-neft məhsullarının ixracının təşviqində mühüm rol oynayacaq.

"Made in Azerbaijan" brendinin populyarlaşdırılması istiqamətində görülən işlər sayəsində ilin əvvəlindən ümumi ixracı 44 faiz, qeyri-neft məhsullarının ixracını 22 faiz, kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracını 40 faiz artırmaq mümkün olub.

Hazırda yerli aqrar sənaye məhsulları dünyanın bir çox bazarlarına çıxarılır. Siyahıya Rusiya Federasiyası, MDB və Baltikyanı ölkələr, həmçinin Türkiyə, Çin, Çexiya, Avstriya, Almaniya, İspaniya, İtaliya, Şimali Avropa, Hindistan, İordaniya və Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri daxildir. Potensialdan istifadə səviyyəsi ən yaxşı halda 30-35 faiz təşkil edir. Bu sahədə məhsuldarlığın

artırılması, iqtisadi səmərəliliyin artırılması istehsal xərclərinin minimuma endirilməsi və rəqabət üstünlüyünün rəqabət qabiliyyətinin artırılması hesabına baş verir. Transformasiya üçün bir sıra mühüm məsələlər həll edilməlidir. Buraya suvarılan əkin sahələrinin münbitliyinin bərpası, innovativ və institusional metodlardan istifadə etməklə yerli toxumçuluğun inkişafı, peşəkar bacarıq və savadla yanaşı qərar qəbuletmə bacarıqlarının formalaşdırılması, seçilən müəssisənin növündən asılı olmayaraq çevik idarəetmə təcrübələri və nəhayət, birgə əkinçilik və kooperativlər daxildir. Bu ideyanın həyata keçirilməsi üçün lazımi institusional baza yaradılmışdır. 2016-cı ildə "Kənd təsərrüfatı kooperasiyası haqqında" qanun qəbul edilib. Eyni zamanda, Azərbaycan Prezidentinin 14 iyul 2017-ci il tarixli sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı kooperasiyasının inkişafına dair 2017-2022-ci illər üçün Dövlət Proqramı" təsdiq edilmişdir.

Hazırda ölkədə pilot kooperativlər yaradılıb. Pilot kooperativlər öz ərazilərində kooperativlərin kütləvi yaradılması və fəaliyyət göstərməsi üçün zəruri mexanizmlərin yaradılması və sınaqdan keçirilməsi üçün sınaq meydançasına çevrilməlidir. Eyni zamanda, qarşıdakı dövrdə kənd təsərrüfatında kooperativlərin, xüsusilə istehsal kooperativlərinin yaradılması işinin kampaniyaya çevrilməsinə imkan verilməməlidir. Yəni, regional torpaq-iqlim şəraiti nəzərə alınmaqla, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq könüllülük və stimullaşdırma əsasında kooperativlərin yaradılması prinsipinə sona qədər əməl edilməlidir. Eyni zamanda, onları formalaşdırarkən yerli mental xüsusiyyətləri və iqtisadi adətləri nəzərə almaq lazımdır

Digər mühüm məsələ isə kənd təsərrüfatı müəssisəsində çalışan mütəxəssisin, iş adamının, sahibkarın peşəkar savadlılığı ilə yanaşı, onun təşkilatçılıq, iqtisadi əsaslandırma, idarəetmə, planlaşdırma və nəhayət, düzgün qərar qəbul etmək bacarığı ilə bağlıdır.

Bu sahədə məsləhət xidmətlərinin genişləndirilməsi və davamlılığı ilə yanaşı, müvafiq dövlət proqramının işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsinə olan tələbatın ödənilməsi kənd təsərrüfatında yeni sahibkarlar nəslinin formalaşmasını sürətləndirəcək. Şübhəsiz ki, aqrar sahənin hazırkı inkişaf mərhələsində müəyyən edilmiş problemlərin dövlətin tapşırıq və tələblərinə uyğun olaraq kompleks şəkildə həlli üçün ardıcıl, sistemli və məhsuldar tədbirlər planı həyata keçiriləcək. Bu, ötən 15 ildə bu vəzifələrin düzgün həyata keçirilməsi nəticəsində ölkəmizdə güclü sosial-iqtisadi potensialın formalaşması nəticəsində əldə edilmişdir.

Ölkəmizdə iqtisadiyyatın müasirləşdirilməsi, qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrin səmərəli həyata keçirilməsi məqsədilə dövlət başçısının 2012-ci il 29 dekabr tarixli Sərəncamı ilə "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası təsdiq edilib. Konsepsiyada ixracyönümlü iqtisadi model əsas götürülüb, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması və strukturunun təkmilləşdirilməsi, neft ixracının artırılması və s. nəzərdə tutulub. Bu məqsədə nail olmaq üçün potensial müqayisəli üstünlükləri olan sənayelər, resurslar və digər amillər nəzərə alınmaqla strategiyalar hazırlanmışdır. İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi, ərzaq təhlükəsizliyinin yaxşılaşdırılması, regionların inkişafı və neft ixracının artırılması aqrar sektorun müasirləşdirilməsini zəruri edir.

Aqrar sahənin inkişafında modernləşmə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Modernləşdirmə əsasən yeni kənd təsərrüfatı texnologiyalarının, kənd təsərrüfatı bitkilərinin və heyvan cinslərinin yüksək məhsuldar sortlarının tətbiqini, mineral gübrələrin və pestisidlərin istifadəsini, kənd təsərrüfatı texnologiyasının təkmilləşdirilməsini əhatə edir. Amerikalı alim T.V. Şults kənd təsərrüfatında modernləşməni ənənəvi istehsaldan texnoloji istehsala keçmək imkanı kimi xarakterizə edirdi. Kənd təsərrüfatı istehsalının müasirləşdirilməsi və innovasiyaların tətbiqi prosesi dörd mərhələdə

müəyyən edilir: elm - texnologiya - istehsal - istehlak. Modernləşməyə kənd təsərrüfatı istehsalının regional, sahəvi, funksional, texnoloji və təşkilati xüsusiyyətləri təsir edir.
İnnovasiya və modernləşmənin inkişafı elmi kapitala əsaslanır. Son illər Azərbaycanda aqrar elm sahəsində müəyyən nailiyyətlər əldə olunub. Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi sistemində Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin və Aqrar Elm Mərkəzinin tərkibində 13 elmi-tədqiqat institutu fəaliyyət göstərir. Qeyd olunan elmi-tədqiqat institutları böyük praktik əhəmiyyət kəsb edən tədqiqat və təkmilləşdirmə layihələrini həyata keçirirlər. Onlar kənd təsərrüfatı bitkilərinin və heyvan cinslərinin yeni sortlarının yaradılmasına, becərmə texnologiyalarının təkmilləşdirilməsinə, bitki və heyvanların mühafizəsinin səmərəli üsullarının işlənib hazırlanmasına həsr olunub. Modernləşdirmə həm də logistika infrastrukturunu əhatə edir. Logistika sistemləri kənd təsərrüfatı sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına, informasiya axınlarının rasional idarə olunmasına kömək edir. Qida sənayesində logistika sisteminin inkişafı rəqabət qabiliyyətinin artması ilə bağlıdır və məlumat axınlarının rasional idarə edilməsi üçün effektiv metod və vasitələrin tətbiqini nəzərdə tutur. Ekoloji marketinq və logistika arasında birbaşa əlaqələrin xarakterini nəzərə alaraq, insanın, cəmiyyətin və təbiətin maraqlarını əlaqələndirmək və ortaya çıxan problemləri hərtərəfli həll etmək üçün logistika sistemlərinin inkişafı tələb olunur (Quliyev E., 2013: 210 s.).

Nəticə

Azərbaycanda aqrar sektorun səmərəliliyini və rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün təhsil, tədqiqat və innovasiyadan ibarət bilik üçbucağını inkişaf etdirmək lazımdır. Bilik üçbucağının sahibkarlıq fəaliyyəti ilə inteqrasiyası aqrar sektorda modernləşmə prosesini sürətləndirəcək. Kənd təsərrüfatı bilikləri və innovasiyaları sistemi AKIS (Agricultural Knowledge and Innovation System) Azərbaycanda innovativ kənd təsərrüfatının inkişafında mühüm təcrübə hesab oluna bilər.
Kənd təsərrüfatının inkişafı dövlətin sosial-iqtisadi problemlərinin həllində, xüsusilə regionlarda yaşayan əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində xalq təsərrüfatının mühüm sahələrindən biridir. Hazırda Azərbaycanda kənd təsərrüfatının əmək tutumlu sahələrinin inkişafı, xüsusilə regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair 2004-2023-cü illər üçün dövlət proqramları əhalinin böyük hissəsinin formalaşmasına və bu sahəyə cəlb olunmasına xidmət edir.
Aqrar sektorda modernləşmənin sektoral prioritetlərini müəyyən etmək üçün müxtəlif elmi yanaşmalardan istifadə etməklə kənd təsərrüfatı və qida istehsalında rəqabət üstünlüklərinə malik ixracyönümlü sahələrin seçilməsi zəruridir. Eyni zamanda, aşağıdakı prinsiplərə diqqət yetirmək lazımdır: regional tarazlıq, sektorlararası tarazlıq, məşğulluğun artımı, iqtisadi təhlükəsizlik, ərzaq təhlükəsizliyi, geoiqtisadi tarazlıq, ekoloji tarazlıq, iqtisadi səmərəlilik, innovasiya, dövlət dəstəyi.
Kənd təsərrüfatı sənayesinin modernləşdirilməsi sistemli əsasda, innovasiyaya əsaslanaraq sənayenin rəqabət qabiliyyətinin, ixrac potensialının artırılmasına, kənd təsərrüfatı sənayesinin infrastrukturunun inkişafına yönəldilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. “Azerbaycan 2020: geleceye baxısh” İnkishaf Konsepsiyasının tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı. Bakı, 2012.
2. “Azerbaycan Respublikasında kend teserrufatı mehsullarının istehsalına ve emalına dair Strateji Yol Xeritesi”, Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fermanı ile tesdiq edilmishdir. Bakı, 2016

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

3. (“Azerbaycan Respublikasında pambıqchılıgın inkishafına dair 2017–2022-ci iller uchun Dovlet Proqramı”nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Serencamı, Bakı, 2017-ci il
4. Quliyev E. «Sistema hadejnogo prodovolstvennoqo obespecheniya: problemı kooperachi i inteqrachi». – Bakı, 2013
5. Uygun Aksoy, İsmet Boz, Azi Eynalov, Yagub Guliyev, “Azerbaycan'da organik tarım. Mevcut durum ve daha fazla gelişme için fırsatlar” //Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü//, Ankara, 2018
6. https://www.carecprogram.org/uploads/Agri_Food_Event_2022_1_AZE_Food-_RUS.pptx
7. https://republic.preslib.az/ru_c3.html
8. https://www.zol.ru/n/35182
9. https://az.sputniknews.ru/20220804/rost-ekonomiki-azerbaydzhana-444662144.html
10. https://yenicag.az/azerbaycanda-aqrar-sektor-3-faizden-cox-boyudu/
11. http://interfax.az/view/880743
12. https://azpromo.az/ru/page/haqqimizda/azpromo

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКО-ХОЗЯЙСТВЕННОГО СЕКТОРА АЗЕРБАЙДЖАНА

Габиль Манафов[1], Гюнель Байрамова[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор экономических наук, профессор
[2]Магистрант, bayramova2000@mail.ru

РЕЗЮМЕ

Правительство Азербайджана уже давно проводит политику, направленную на диверсификацию экономики. Одним из важнейших векторов реализации данной стратегии является развитие сельского хозяйства в республике. Государственная политика по стимулированию ненефтяного сектора экономики Азербайджана осуществляется путем реализации широкомасштабных комплексных программ, направленных на улучшение социально-экономической ситуации в сельском хозяйстве и сокращение бедности в сельской местности. Для поддержки фермерских и крестьянских хозяйств выделяются значительные государственные субсидии, предоставляются льготные кредиты, создаются институты поддержки предпринимательства.

Модернизация в аграрном секторе предполагает как экстенсивное, так и интенсивное развитие расширенного воспроизводства как процесса. Если в сельском хозяйстве развитие идет за счет использования основных фондов (зданий, сооружений, оборудования и т.д.).) если он достигается за счет увеличения его использования, то это считается экстенсивным путем, если за счет увеличения производительности, то такой рост считается достигнутым интенсивным путем. Модернизация интенсифицирует развитие сельского хозяйства,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

постоянно увеличивает инвестиции в более современную технику и более квалифицированную рабочую силу, ведет к устойчивому росту сельскохозяйственного производства. Политика модернизации базируется на комплексности, альтернативности и страховании от возможных рисков, что способствует повышению эффективности сельскохозяйственного производства и повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Статья посвящена современному состоянию аграрной сферы в Азербайджане и необходимости повышения ее конкурентоспособности. В исследовании анализируется современное состояние отраслевой структуры аграрного сектора страны, исследуются проблемы, необходимость повышения конкурентоспособности аграрного сектора Азербайджана и механизмы их преодоления.

Ключевые слова: аграрная промышленность, модернизация, сельское хозяйство, дорожная карта, государственные программы

Publication history

Article received: 06.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-169

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
184-197

ACTIVITIES OF CARGO COMPANIES AND SELECTION OF FIRMS IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE

Mazahir Abdullayev[1], Ibrahim Rufullazadeh[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Docent, Doctor of philosophy in economics,
[2]Master student, ibrahimrufullazade@mail.ru

ABSTRACT

In recent years, the increase in the popularity and accessibility of the Internet and other telecommunication means has led to the emergence of new forms of interaction between economic entities. One of these forms is electronic commerce. Modern business is increasingly considering this particular form of trading as a profitable and effective sales channel. With the development of technology, the proportion of purchases made using mobile devices is gradually increasing, which makes mobile commerce a separate segment of e-commerce. Mobile trading can technically be done through mobile sites and mobile apps. The whole idea of e-commerce is the purchase and sale of goods and services via the internet. However, e-commerce provides better opportunities to carry out useful and profitable activities over the internet. On the other hand, the Internet has become an important business marketing platform for business activities. Trust is extremely important for customers, and this will help in the implementation of transactions. Choosing an e-commerce site is very important in terms of speeding up the process, increasing revenues and adapting to professional work.The company employees, who have experience and knowledge in the sector, ensure that the project is implemented in the most profitable way with their innovative solutions and analyzes.

With the development of technology and the spread of the internet, the shopping culture in society has also changed to a large extent, and interest in e-commerce (e-commerce) has continued to grow day by day. As a natural result of this, the workload and potential of freight companies increased, and the customer profile to which they applied began to diversify.

The emergence of cargo companies with Virtual shopping has led to national and international diversity in companies providing services in this area, there have been significant increases in the number of companies providing cargo services. This situation has led to the formation of a serious level of competition in freight companies, increasing the quality of Service and paying attention to customer satisfaction.

E-commerce, which is growing with the development of technology in the world and in our country, has a great impact on the freight sector. With the influence of e-commerce, the development and growth of the economic structure has affected and changed the social life of people. The needs generated by this interaction and change have revived the freight service sector. The use of technology is higher in young people than in adults. Therefore, research on the freight sector is important in our country, where the young population density is high.

Unlike other shipping companies, cargo companies help manufacturing organizations or people in various industries to deliver their needs to the right places. Determining, developing and implementing the quality of service of cargo companies will be beneficial in achieving customer satisfaction. Ensuring customer satisfaction in this highly competitive industry determines the future of companies. The reputation of the company, which is also expressed as the assessments

of interested parties about the company, is one of the concepts that should be investigated in the freight industry in conditions of intense competition.
As it is important for cargo companies to carry out customer transportation and shopping, the quality of service of companies engaged in cargo transportation is one of the most important criteria observed by customers. Cargo companies offer customers reliable and fast transportation and produce solutions that meet customer expectations. It helps customers to carry out shipping and receiving operations, use freight services and analyze customer satisfaction at the level of service quality. For companies, freight services are seen as an important factor in reaching the products and brands they want and ensuring customer satisfaction.
The article is devoted to the role of the cargo company in e-commerce, the factors affecting the choice of the cargo company. The study provides an analysis of the history, essence and services of cargo activities, the choice of companies in e-commerce, and the main factors that play a role in the selection of cargo companies.
Keywords: e-commerce site, cargo transportation, cargo company, customer, inquiry.

ELEKTRON TİCARƏTİN İNKİŞAFINDA KARQO ŞİRKƏTLƏRİNİN FƏALİYYƏTİ VƏ FİRMALARIN SEÇİMİ

Məzahir Abdullayev[1], İbrahim Rufullazadə[2]
[1,2] "İqtisadi və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru,
[2]Magistr tələbəsi, ibrahimrufullazade@mail.ru

XÜLASƏ

Logistika sektorunda baş verən sürətli dəyişikliklər və inkişaf edən texnologiya logistika fəaliyyətinin əhəmiyyətini və inkişafını artırır. Xüsusilə xidmət sektoru istehlakçıların tələb və gözləntilərinə uyğun keyfiyyət və vaxta qənaət təmin edən müştəri məmnuniyyəti yönümlü bir yanaşma izləyir. Bu yanaşma rəqabət mühitinə təsir göstərir.
Dünyada və ölkəmizdə texnologiyanın inkişafı ilə böyüyən e-ticarət yük sektoruna böyük təsir göstərir. Elektron ticarətin təsiri ilə iqtisadi strukturun inkişafı və böyüməsi insanların sosial həyatına təsir göstərmiş və dəyişdirmişdir. Bu qarşılıqlı əlaqə və dəyişiklik nəticəsində yaranan ehtiyaclar yük xidməti sektorunu canlandırdı. Gənclərdə texnologiyadan istifadə böyüklərə nisbətən daha yüksəkdir. Ona görə də gənc əhali sıxlığının yüksək olduğu ölkəmizdə yük sektoru ilə bağlı araşdırmalar vacibdir.
Karqo şirkətləri digər daşıma şirkətlərindən fərqli olaraq müxtəlif sahələrdə istehsal edən təşkilatlara və ya insanlara ehtiyaclarını lazımi yerlərə çatdırmaqda köməklik edir. Karqo şirkətlərinin xidmət keyfiyyətinin müəyyən edilməsi, inkişaf etdirilməsi və həyata keçirilməsi müştəri məmnuniyyətinin əldə olunmasında faydalı olacaq. Bu yüksək rəqabətli sənayedə müştəri məmnuniyyətinin təmin edilməsi şirkətlərin gələcəyini müəyyən edir. Maraqlı tərəflərin şirkətlə bağlı qiymətləndirmələri kimi də ifadə edilən şirkətin nüfuzu, gərgin rəqabət şəraitində yük sənayesində araşdırılması lazım olan anlayışlardan biridir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Məqalə elektron ticarətdə karqo şirkətinin rolu, karqo şirkəti seçiminə təsir edən amillərə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda karqo fəaliyyətinin tarixi, mahiyyəti və karqo xidmətləri, firmaların elektron ticarətdə karqo şirkəti seçimi, karqo şirkətlərinin seçilməsində rol oynayan əsas faktorların analizi verilmişdir.
Açar sözlər: elektron ticarət saytı, yük daşımaları, karqo şirkəti, müştəri, sorğu.

Giriş

Karqo şirkətləri üçün müştəri daşımaları və alış-verişi həyata keçirmək vacib olduğu üçün yük daşımaları ilə məşğul olan şirkətlərin xidmət keyfiyyəti müştərilərin müşahidə etdiyi ən mühüm kriteriyalardan biridir. Karqo şirkətləri müştərilərə etibarlı və sürətli daşıma təklif edir və müştəri gözləntilərinə cavab verən həllər istehsal edir. Müştərilərə göndərmə və qəbul əməliyyatlarını həyata keçirməyə, yük xidmətlərindən istifadə etməyə və xidmət keyfiyyəti səviyyəsində müştəri məmnuniyyətini təhlil etməyə kömək edir. Şirkətlər üçün yük xidmətləri istədikləri məhsul və markalara çatmaqda və müştəri məmnuniyyətini təmin etməkdə mühüm amil kimi qəbul edilir.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi texnologiyanın inkişafı şəraitində elektron ticarətin formalaşmasında karqo şirkətlərinin əhəmiyyətini diqqətə çatdırmaq, karqo fəaliyyətinin tarixi inkişafına nəzər salmaq, şirkətlərin seçimində əsas rol oynayan xüsusiyyətlərin analizini diaqramlar vasitəsilə verməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Ədəbiyyat araşdırması araşdırıldığında, yük şirkətlərinin müştərilər tərəfindən göstərilən xidmətlərin qiymətləndirilməsi ilə bağlı araşdırmaların az olması bu araşdırmanın əhəmiyyətini vurğulayır. Bu səbəbdən bu araşdırma yük şirkətlərinin şirkət reputasiyası və müştəri məmnuniyyəti baxımından universitet tələbələri kontekstində araşdırılması, yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi baxımından əhəmiyyətlidir. Bundan əlavə, müştəri məmnuniyyətinin inkişafı və təkmilləşdirilməsinin təkrar satın alma davranışını artıracağı və bu halda şirkətin reputasiyasına və imicinə müsbət təsir edəcəyi məlumdur.

Metodlar

Bu tədqiqatın metodoloji əsasını ölkə daxilində və xaricdə aparıcı alimlərin tədqiqatları təşkil edir. Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində qrafik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Təhlildə empirik tədqiqat metodlarından da istifadə edilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və elektron ticarətdə karqo şirkətinin rolunun təhlili və qiymətləndirilməsi mümkün olmuşdur.

Texnologiyanın inkişaf etmədiyi dövrlərdə ünsiyyət nizamı yaratmaq üçün xüsusi qruplar yaradılıb, dövrün şərtləri nəzərə alınmaqla mükəmməl bir ünsiyyət nizamı qurulub. Müstəqillik əldə edildikdən sonra ölkəmizin sərbəst bazar iqitisadiyyatına keçidi rabitə və nəqliyyat sahəsində inkişafı sürətləndirdi. 1950-ci illərdə dünyada başlayan sənayeləşmə və texnoloji inkişaflarla biliklərin əldə edilməsi prosesi nəqliyyat sektorunun iqtisadi alətlər arasında ciddi yer tutmasına səbəb olmuşdur (Gurce, M. Y., & Tosun, P., 2017). 1965-1970-ci illərdə bu formalaşmanı dəstəkləyən nəqliyyat sektoru özünü inkişaf etdirməyə başladı. Sənaye inqilabına paralel olaraq,

1970-ci illərdə inkişaf edən texnologiya prosesi sürətləndirdi. Bunun nəticəsində istehsalatda partlayış baş verdi və onu tarazlaşdırmaq üçün istehlak cəmiyyətinin yaradılmasına başlanıldı. İstehlak prosesi 1970-ci illərdə sıçrayış dövrü yaşamış informasiya əsri yaratmışdır (Photis, M.P., 2007). İnkişaf etməkdə olan dünya iqtisadiyyatları bu kommunikasiya çatışmazlığını aradan qaldırmaq üçün sürətlə nəqliyyat sektoruna üz tutmuş və 1970-ci illərdən etibarən dünya nəqliyyat sektoru öz iqtisadi dəyərini dərk edərək investisiyalarını artırmışdır. İnkişaf edən dünya nəqliyyat sektoru da investisiyalarının öz daxilində formalaşmasına səbəb olub. Xüsusən də yük daşımaları iqtisadi proses daxilində nəqliyyat sektorundan çıxmış və özlüyündə bir sektor yaratmışdır (Forslund, H., 2007).

1980-ci illərdən başlayaraq, bu yeni Yük Daşıma Sektoru özünü nəqliyyat sektorundan tamamilə fərqləndirmiş və öz iş qaydalarını yaratmışdır. Texnologiya və informasiyanı birləşdirən yük şirkətləri qlobal dünya iqtisadiyyatının xidmətinə daxil olublar.Həmin illərdə istehsalçıları və istehlakçıları anbarsız işləməyə məcbur edən sürətli və keyfiyyətli daşıma ehtiyacı bu sahəyə tələbatı gücləndirdi. Bu günə qədər gedən prosesdə insanların istehsal və istehlak ehtiyaclarının kommunikasiya texnologiyaları ilə zənginləşdirilməsi yük daşıma sektorunudaha da inkişaf etdirmişdir.Yük Daşıma Sektoru rabitə texnologiyalarından ən yaxşı şəkildə istifadə edən və inkişaf etdirən bir quruluş olaraq dünya iqtisadiyyatında xüsusi yer tutmuşdur.

Dünyada baş verən bu proseslər 1990-cı illərdən Azərbaycanda da öz əksini tapmağa başlayıb. Bu illərdə ölkəmizdə artan iqtisadi və sosial inkişaf tempi nəqliyyat sektorunda da çox mühüm rol oynamış və yükdaşıma şirkətlərini zərurətə çevirmişdir.Həmin illərin iqtisadi və siyasi qərarları sektorun investisiya ehtiyacının dərk edilməsinə imkan vermədi.Çünki o dövrdə Azərbaycanda sənayeləşmə və istehlak yenidən qurulmağa başlamışdı (İlban, M. O., Bezirgan, M., & Cholakoglu, F., 2016). 1990-ci illərə qədər yetkinləşmə prosesində olan iqtisadi quruluş, bu illərdə xarici ticarətdə dünyaya açılma, Gömrük İttifaqı araşdırmaları, dövlət özəlləşdirməsi kimi formalaşmalarla yüksək tendensiya tutdu. İxrac artımının formalaşdırdığı pul siyasətləri və isti pulları canlı saxlamaq istehsalçılar, topdansatışçılar, pərakəndə satıcılar və son istehlakçılar arasındakı münasibətləri fərqli inkişaflara gətirib çıxardı. 1990-cı illərdə başlayan bu hərəkətlilik və inkişaf, malların toplu alış və daşınmalarının cəlbediciliyini itirməsinə səbəb oldu. İnsanlar və ya təşkilatlar ehtiyac duyduqları zaman alıb sahiblənməyi daha qənaətcil gördülər və buna üstünlük verdilər. Ehtiyaclar, davamlı, daha sürətli və təhlükəsizdir, eyni zamanda istənilən yerdən götürülərək istənilən nöqtəyə çatdırıla bilir.Bu da onun üstünlüyünü təmin edən bir paylama və daşıma sisteminin ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur. Bu fizikilik ehtiyacı ilə önəm kəsb edən yük şirkətlərinin müştəriləri Türkiyənin hər nöqtəsindən alınan və ya Türkiyənin hər nöqtəsinə çatdırılan məhsullarla işləməkdə rahatlıq, gəlirlilik, səmərəlilik, sürət və keyfiyyət əldə etmişlər.

İnkişaf edən və böyüyən iqtisadi quruluş sosial həyata təsir göstərmiş, hətta dəyişmişdir. Bu dəyişiklik və qarşılıqlı təsir nəticəsində ortaya çıxan ehtiyaclar yükdaşıma sektorunu canlandırdı, bu yeni struktur rabitə sektorunda sürət tutdu, istehsalçı və istehlakçıları bir-birinə yaxınlaşdırdı və ənənəvi daşıma üsullarının çata bilmədiyi nöqtələrdə xidmət göstərməyə sürət qazandırdı (Aychin, E., 2018). Karqo şirkətləri isə bu cür dəyişmə və qarşılıqlı təsir nəticəsində yaranan obyektiv ehtiyac əsasında fəaliyyətə başlamışdır.

Elektron ticarət saytının seçimi prosesi sürətləndirmək, gəlirləri artırmaq və peşəkar işə uyğunlaşmaq baxımından çox önəmlidir.Sektorda təcrübə və biliyə malik olan şirkət əməkdaşları öz innovativ həlləri və təhlilləri ilə layihəni ən sərfəli şəkildə həyata keçirməsini təmin edir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Əvvəlcə şirkətin keçmiş araşdırmalarını və istinadlarını mütləq araşdırmalısınız. Əks halda, onların məqsədlərinin reallığını dərk etməkdə çətinlik çəkə bilərsiniz.
Sonra iş prinsiplərini, müştəri xidmətlərinin maraqlarını və əvvəllər işlədikləri insanları müşahidə etməli və araşdırmalısınız. Bu yolla işləyəcəyiniz şirkətin peşəkarlıq kriteriyasına daha yaxşı nəzarət edə bilərsiniz.
Onların qanuni öhdəliklərini və sizə təqdim etdikləri hüquqları əvvəlcədən araşdıraraq etibar testi tətbiq edə bilərsiniz. Sizi qane etmədiyiniz və ya çatışmayan məsələləri qeyd edərək sizin üçün xüsusi müqavilə bağlaya bilərsiniz.
Veb saytınız və biznesiniz üçün verdikləri vədlərə diqqətlə əməl etməlisiniz. Ancaq standart, faydasız vədlər sizə irəli gedə bilməyəcəyinizi hiss etdirə bilər.
Onların texnoloji infrastrukturu yoxlanılmalı, gələcək planları və investisiyaları araşdırılmalıdır. Veb saytınızı fərqləndirmək və satışlarınızı artırmaq üçün həyata keçirə biləcəkləri strategiyaların layihələri var. Bu qaralamaları araşdıraraq saytınızın mümkün inkişafını izləmək olar.
Brendiniz tanınmadığı müddətcə satışlarınızın üfüqi istiqamətdə irəliləməsi mümkün deyil. Uyğun, cəlbedici və etibarlı şüar və loqosu olan təqdimatlar standart brendlərdən daha yaddaqalan ola bilər və bununla da məhsuldarlığı artırır. Karqo şirkətləri və virtual posların inteqrasiyası sayəsində əməliyyatlar çox qısa müddətdə tamamlana bilər, işləyəcəyiniz şirkətin infrastrukturu kifayət qədər olmalıdır. SSL və 3D ödəniş üsulları ilə alıcılara müsbət rəy verməklə yanaşı, saytınızın daha çox ziyarət olunmasını da təmin edir (Asoglu, İ.,& Eren, T., 2018). Digər mühüm məsələ saytdakı məqalələrin SEO-ya uyğun olaraq öz işində peşəkarlar tərəfindən yazılması və ən çox axtarılan sözlərdən istifadə etməklə saytın daha da önə çıxmasıdır.
Alınacaq xidmətin keyfiyyəti istəklərinizi nə qədər aydın çatdırmağınızdan asılıdır. İstəklərinizi nə qədər aydın izah etsəniz, e-ticarət şirkəti sizə uyğun olan xidməti bir o qədər çox planlaşdıracaq. Veb saytınız üçün tələb edəcəyiniz xüsusiyyətlərdən biri ödəniş səhifəsini aydın, başa düşülən və etibarlı şəkildə təşkil etməkdir. Unutmayın, veb saytınız nə qədər faydalı olarsa, bir o qədər çox satış qazanacaqsınız.
E-ticarət proqram təminatı öz işinin mütəxəssisləri tərəfindən hazırlanır və sizə təqdim olunur. Şirkət lazım ola biləcək hər bir funksiyanı əvvəlki təcrübəsi sayəsində hazır təklif etsə də, məmnun qalmadığınız və ya əlavə olaraq istədiyiniz hər bir xüsusiyyət diqqətli şəkildə əlavə edilir. Hədəf auditoriyasına xitab edən dizaynı və bu dizayna layiq məlumatı olan vebsayt biznesinizin gələcəyini dəyişir. Şirkətimiz sizə hər formatda və hər sahədə çoxlu sayda iş təklif edir, sizin rəylərinizi alır və birgə iş nəticəsində hərəkətə keçir.
Elektron ticarət saytı ilk növbədə satılan məhsulun uyğun dizaynı ilə müştəriləri qarşılamalıdır. Yüksək cazibədar məhsullar canlı fotoşəkillər və modellərlə təqdim edilərkən, SEO uyğun məqalələrlə ətraflı izah edilməlidir.
Onlayn alış-veriş etməkdən çəkinən auditoriya üçün etibarlı ödəniş üsulları əlavə edilməlidir. Bu etimad hüquqi infrastrukturla gücləndirilməli və şəffaf şəkildə alıcıya təqdim edilməlidir. Zəmanət məlumatları, geri qaytarma şərtləri, göndərmə prosesləri kimi təfərrüatlar ödəniş səhifəsində və ya ondan əvvəl təqdim edilməlidir.
Müştəri məxfiliyinə zəmanət verilməli və vebsayta daxil olanlara şirkətlə ünsiyyətin asanlığı sübut edilməlidir. Əlaqə, ünvan və sual-cavab bölmələri sayəsində mümkün bir uğursuzluq halında şirkətə asanlıqla çata bilmələri təmin edilməlidir.24/7 açıq müştəri dəstəyi təmin edilməli və istifadəçilərin çatması asanlaşdırılmalıdır. Satışlarınızın bütün qeydlərini müvafiq infrastrukturla saxlamaq da son dərəcə vacibdir. Yaşana biləcək hər hansı bir mənfilik halında qeydə alınmış məlumatlara asanlıqla daxil olmaq və onun işlənməsini diqqətlə davam etdirmək lazımdır.

Elektron ticarət platformasında alıcıların təklif və istəklərini nəzərə almalı və yol xəritənizi buna uyğun formalaşdırmalısınız. Bu şəkildə məmnuniyyət nisbəti ilə yanaşı, güvən və satış nisbəti də mütləq sürətlə artacaq.Sifariş vermə prosesi diqqətlə idarə edilməlidir. Müştərinin məlumatlarını daxil etdiyi ekran güvən verməli, möhkəm infrastruktura malik vasitəçilərdən istifadə etməklə ödəmə üsulları təqdim edilməli, bunun üçün sayt faydalı olmalıdır. Onlayn alış-verişdə, xüsusən də ödəniş səhifəsində güvənsizlik, alış-verişin tərk edilməsinə və saytın etibar edilməməsinə səbəb ola bilər.

İnventar idarəetməsi düzgün aparılmalıdır. Anbarda olmayan məhsullar saytda qeyd edilməlidir ki, ediləcək alış-veriş dayandırılmasın. Çatdırılma vaxtı, yük məlumatları və çatdırılma nömrələri alıcı ilə şəffaf şəkildə paylaşılmalı və geri qaytarma şərtləri aydın şəkildə bildirilməlidir.İstifadə olunan valyuta qiymət məlumatlarına daxil edilməlidir. Ödəniş səhifəsində mümkün problemlərin qarşısını almaq üçün etibarlı kartların siyahısı səhifədə izah edilməlidir (Cerna, L., & Bukova, B., 2016).

Zəmanət məlumatları, əgər varsa, səhifədə aydın şəkildə izah edilməlidir. Bu maddə həm də özünə inam yaradır. Elektron cihazlarda xüsusilə vacib olan bu məsələyə diqqət yetirilməlidir. Ancaq yaşana biləcək mənfiliklər alıcının sayta olan etibarını və məmnuniyyətini azalda bilər.

Elektron ticarət şirkətləri oxşar, eyni zamanda tamamilə fərqli iş üsullarını inkişaf etdirirlər. Sektor digər sektorlar kimi köklü olmadığı üçün müxtəliflik yüksəkdir. Bu çeşidlər arasından e-ticarət şirkətlərini müqayisə edib sizə ən uyğun olanı seçə bilərsiniz.Tercih etdiyiniz və ya işləmək niyyətində olduğunuz e-ticarət saytı ilə əlaqə saxlayaraq qiymət məlumatı əldə edə və onların necə işlədiyini öyrənə bilərsiniz.Onların keçmiş araşdırmaları və istinadları sayəsində siz onlardan e-ticarət sahəsində bacarıqlarını və uğurlarını sübut etmələrini tələb edə bilərsiniz.Seçdiyiniz şirkətlə bu yolda çox az xərclə yüksək qazanc əldə edə, biznesinizi izləyəcək mütəxəssislərlə işləyə bilərsiniz.

Bütün bu üstünlüklərə əlavə olaraq, siz həm də onlayn alış-veriş dünyasına sürətlə addım atmaq və məhsul çeşidi və keyfiyyətinin artırılması, Ar-Ge və innovativ ideyalara sərmayə qoymaq üçün vaxt ayıra bilərsiniz.İş prinsipləri müxtəlif olsa da, e-ticarət şirkətləri hər sahədə görülən işə uyğun imkanlarla bu uzun yolda sizə yardım edərək daha yüksək qazanc əldə edə bilər.Məhsulların alqı-satqısı ilə bağlı baş verə biləcək hər hansı bir mənfilik halında işlədiyiniz e-ticarət şirkəti ilə əlaqə saxlayaraq satışın pozulmasının qarşısını ala bilərsiniz.

Texnologiyanın inkişafı və internetin yayılması ilə cəmiyyətdə alış-veriş mədəniyyəti də böyük ölçüdə dəyişmiş və elektron ticarətə (e-ticarət) maraq günü-gündən artmağa davam etmişdir. Bunun təbii nəticəsi olaraq, yük şirkətlərinin iş yükü və potensialı artıb, müraciət etdikləri müştəri profili şaxələnməyə başlayıb.

Virtual alış-verişlə yük şirkətlərinin meydana çıxması bu sahədə xidmət göstərən şirkətlərdə milli və beynəlxalq müxtəlifliyə səbəb olmuş, yük xidmətləri göstərən şirkətlərin sayında əhəmiyyətli artımlar müşahidə edilmişdir. Bu vəziyyət yük şirkətlərində ciddi rəqabət səviyyəsinin formalaşmasına, xidmət keyfiyyətinin artırılmasına və müştəri məmnuniyyətinə önəm verilməsinə səbəb olmuşdur.

İstənilən məhsulun alışında olduğu kimi, müştərilər daşıma xidməti aldıqları yük şirkətləri arasından seçim edərkən müəyyən amillərə diqqət yetirirlər. Xidmət qavrayışı və məmnuniyyət səviyyəsi bu amillər çərçivəsində dəyişir və onun yük xidmətini yenidən satın alarkən edəcəyi seçim, verəcəyi qərara, göstərəcəyi rəftar və davranışlara birbaşa təsir edir.

Bu səbəbdən də müştərilərin yük şirkəti seçimində qərarlarına təsir edən amillərin müəyyən edilməsi həm sektoral mənada, həm də müştərinin gözündə çox mühüm hala gəlib. Bu araşdırma

ilə müştərilər baxımından yük şirkəti seçərkən nəzərə alınmalı olan kateqoriyaları ortaya qoymağa çalışılıb.

Yük logistika və daşıma xidmətlərinin mühüm hissəsini təşkil edir.Yük daşımaları yükün bir yerdən digər yerə daşınmasına aiddir. Yükdaşıma xidmətində "yük" kimi müəyyən edilən bu yük müəyyən konteynerdə olan və qablaşdırıla bilən, bütövlükdə 100 kq-dan çox olmayan mallar kimi müəyyən edilir. Yükün tərifindən də anlaşıldığı kimi, bir obyektin yük kimi ifadə olunması üçün onun müəyyən qəlibi və çəkisi olmalıdır.

Yük daşımaları malların müəyyən müddət ərzində, müəyyən qaydalar və öhdəliklər çərçivəsində daşınması kimi müəyyən edilir (www.arascargo.com). Qısacası, daşınması lazım olan yükün bir nöqtədən digərinə daşınması yük daşıma fəaliyyəti kimi ifadə edilir.

Sosial sahədə fərdi və sosial ehtiyacların müxtəlifliyi, ünsiyyət və alış-veriş tərzində baş verən dəyişikliklər yükdaşıma xidmətlərinə fərqli bir ölçü gətirmiş və cəmiyyətdəki əhəmiyyətini günü-gündən artırmışdır. Onlayn alış-veriş və bir yerdən başqa yerə daşınma kimi yük əməliyyatları kommersiya baxımından qurumları və müştəriləri, qeyri-kommersiya baxımından isə fiziki şəxsləri narahat edir və bu da yük şirkətlərinin işinədə təsir göstərir.

Tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq aparılan ədəbiyyat araşdırması nəticəsində ölkəmizdə yük şirkətləri və onların müştəriləri ilə bağlı çoxlu araşdırmalar aparılsa da, yük şirkətinə təsir edən amilləri müəyyən edən miqyaslı inkişaf araşdırmasına rast gəlinməmişdir. Aparılan araşdırmalar daha çox yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyəti, müştərilərin məmnuniyyəti və münasibəti ilə bağlı araşdırmalardır.

Durmaz (2010) logistika daşıma işlərində xidmət keyfiyyətinin səviyyəsini artırmaq üçün təkliflər verdi və bu xidmət keyfiyyətinin müştərilər üçün əhəmiyyətini qeyd etdi. Bundan əlavə, müştəri dəyərinin əhəmiyyəti müəyyən edilmiş və logistika daşıma işlərində xidmət keyfiyyətinin bu müştəri dəyərinə təsiri araşdırılmışdır. Yurtiçi Kargo şirkəti üzərində aparılan araşdırmada, xidmət keyfiyyəti və qısa çatdırılma müddətinə görə müştərilərin bu şirkətə sadiqlik səviyyəsi ortaya qoyulmuş və bu şirkətin müştərilərinin gözləntilərinin 80%-ni qarşıladığı müəyyən edilmişdir (Durmaz, Y., 2010).

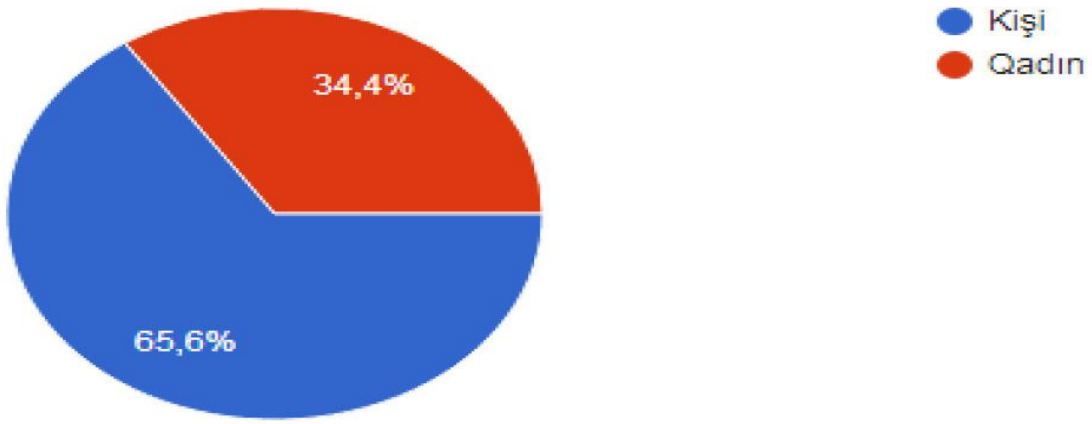
Deniz və Gödekmerdan (2011) yük şirkətlərinin müştərilərinə göstərdiyi xidmətlər nəticəsində müştərilərin düşüncə və münasibətini müəyyən etməyə çalışmışlar. Bundan əlavə, yük şirkətləri vasitəsilə həyata keçirilən yükdaşımalar zamanı müştərilərin qarşılaşdıqları problemləri müəyyən etmək və lazımi həll yollarını təklif etmək məqsədi daşıyıblar. Bu məqsədlə Ərzurumdakı yük şirkətlərinin müştəriləri ilə üzbəüz sorğu texnikası ilə apardıqları araşdırmalar nəticəsində yüklərin çatdırılması zamanı ən çox rast gəlinən problemin yükdə gecikmələr olduğunu bildirdilər. Bundan əlavə, yük şirkəti işçilərinin kifayət qədər təcrübəsi olan insanlardan ibarət olduğunu və qarşıya çıxan problemlərə vaxtında həll yolları təqdim etdiklərini və müştərini gözəl şəkildə qarşıladıqlarını bildirdilər. Müştərilərin sözlərinə görə, şirkətlər yükləri heç bir zərər görmədən müştərilərə çatdırırlar (Deniz, A. ve Godekmerdan, L., 2011).

Büyükkeklik, Özoğlu və Bülbül (2014) yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyətini araşdırıb və bu keyfiyyətin müştəri məmnuniyyətinə və təkrar satın alma davranışına necə təsir etdiyini araşdırıb. Tədqiqatları nəticəsində onlar göstəriblər ki, yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyəti beş amilli struktura malikdir: əminlik, etibarlılıq, empatiya, həssaslıq və fiziki görünüş. Onlar aşkar ediblər ki, əminlik və etibarlılıq ölçüləri müştərilərin ümumilikdə xidmət qavrayışına təsir etməkdə digər üç ölçüdən daha effektivdir. Bunun nəticəsi olaraq, yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyətinin müştərilərin məmnunluğuna, münasibətinə və satın alma davranışına birbaşa təsir göstərdiyi aşkar olunduğundan, ilk növbədə əminlik və etibarlılıq amillərinə önəm vermələrini təklif etdilər.

Nəhayət, məlum olub ki, yük şirkətlərinin xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi müştərilərin yenidən yük xidməti almasına birbaşa təsir edir (Buyukkeklik, A., Ozoglu, B., & Bulbul, H., 2014).
Ünal və Yücel (2014) şirkətlərin çatışmazlıqlarını görməyi, təqdim etdikləri xidmət anlayışını nəzərdən keçirməyi və müştərilərin təqdim etdikləri xidmətlərdəki seçimlərinə təsir edən ölçüləri ortaya çıxararaq, müştərilər tərəfindən alınan xidmətin keyfiyyətini artırmağı hədəfləmişlər.
Atmaca və Turğut (2015) ölkəmizdə xidmət göstərən yük şirkətlərinin müştərilər tərəfindən seçiminə təsir edən kriteriyaları araşdırmış, müştərilər üçün hansı kriteriyaların daha əhəmiyyətli olduğunu və bu meyarlar çərçivəsində hansı yük şirkətinin seçilməli olduğunu müəyyən etmişdir. Bu məqsədlə ədəbiyyat araşdırması çərçivəsində 17 kriteriya müəyyən edilib və bu meyarlar oxunda müştəri rəyləri araşdırılıb. Onlar apardıqları təhlillər nəticəsində belə qənaətə gəliblər ki, yükün itirilməsi və ya zədələnməsi halında şirkətin fövqəladə halların yaxşı idarə olunması və müştəri probleminin effektiv həlli və yük şirkətinin təklif etdiyi xidmət qiymətinin müştəriyə uyğunluğu əsas meyardır ki, yük şirkətinin seçimində müştərinin qərarına təsir edəcək (Atmaca, H.E. ve Turgut, D., 2015).
Uzuner (2015), müştəri münasibətlərinin idarə edilməsi (CRM) çərçivəsində yük şirkətlərinin müştərilərinin məmnunluğuna təsir edən amilləri və şirkətlərin müştərilərin lehinə hansı yeniliklər edə biləcəyini araşdırmış, müştərilərin qavrayışları, düşüncələri və gözləntiləri üzərində araşdırmalar aparmışdır. Araşdırma nəticəsində demoqrafik xüsusiyyətlərə görə müştərilərin qavrayışları, düşüncələri və gözləntilərinin fərqli olduğu, əksinə şirkətlərin müştəri gözləntilərini qarşılamaq üçün müxtəlif üsullar inkişaf etdirməli olduqları ortaya çıxıb.
Songur (2016) korporativ müştərilərin yük xidmətləri ilə bağlı məmnunluq səviyyələrini və xidmət keyfiyyəti qavrayışlarını ölçməyi və Müştəri Məmnuniyyəti İndeksindən istifadə edərək SERVQUAL şkalası və korporativ müştəri məmnunluğunun köməyi ilə xidmət keyfiyyətini ölçməyi hədəfləmişdir. Əldə edilən nəticələrə görə, sənaye müəssisələrinin yükdaşıma xidmətlərinə dair gözləntiləri yüksək səviyyədə olsa da, müəssisələrin xidmətlər haqqında təsəvvürləri və korporativ müştəri məmnuniyyəti gözləntilərinin qarşılanmadığı görülüb. Bundan əlavə, müəyyən edilmişdir ki, sənaye müəssisələrinin xidmət aldıqları yük şirkətlərindən müştəri məmnuniyyəti səviyyələri, qavrayışları və gözləntiləri işlədikləri yük şirkətinə, fəaliyyət müddətinə, yükdaşımalara görə statistik əhəmiyyətli fərq göstərmir..
Burcu (2018) ölkəmizdəki yük şirkətlərində xidmət edən fərdlərin təhsil səviyyələrini və karyera gözləntilərini ortaya çıxarmaq, işçilərin karyera planlamasına kifayət qədər əhəmiyyət verib-vermədiyini araşdırmaq və sektor mənasında əksini araşdırmaq məqsədi daşıyır. Əldə etdiyi nəticələrə görə, o, ailəsi və dostlarının yük işçilərinin karyera planlamasında təsirli olduğu qənaətinə gəlib və nəticədə özünü təkmilləşdirmək üçün addımlar atmağa çalışır. Bundan əlavə, yükdaşıyanların daha çox ibtidai təhsilli və təhsil səviyyəsindən aşağı olan və fiziki gücdən daha çox faydalanan şəxslər olduğu üzə çıxıb.
Özgül, Börühan və Tek (2017) yük şirkətləri tərəfindən özəl alış-veriş saytlarında müştərilər tərəfindən verilən sifarişlərin çatdırılması prosesində logistik xidmət keyfiyyətinin səviyyəsinin müştəri məmnuniyyətinə və satınalma qərarına təsirini ortaya çıxarmışdır.
Tədqiqat işi üzrə araşdırma apararkən “Google Forms” platforması üzərindən olmaqla anket sorğu metodundan da istifadə edilmişdir. Sorğu Whatsapp, Instagram, Facebook və universitet daxili tələbələr arasında keçirilmişdir. Sorğuda iştirak etmiş respondentlərin sayı 212 nəfər olmuşdur ki, hamısı təqdim olunan bütün sualları cavablandırmışdır. Sorğuda iştirak edən respondentlərin 65,6%-i kişi, 34,4 faizi isə qadınlar idi.

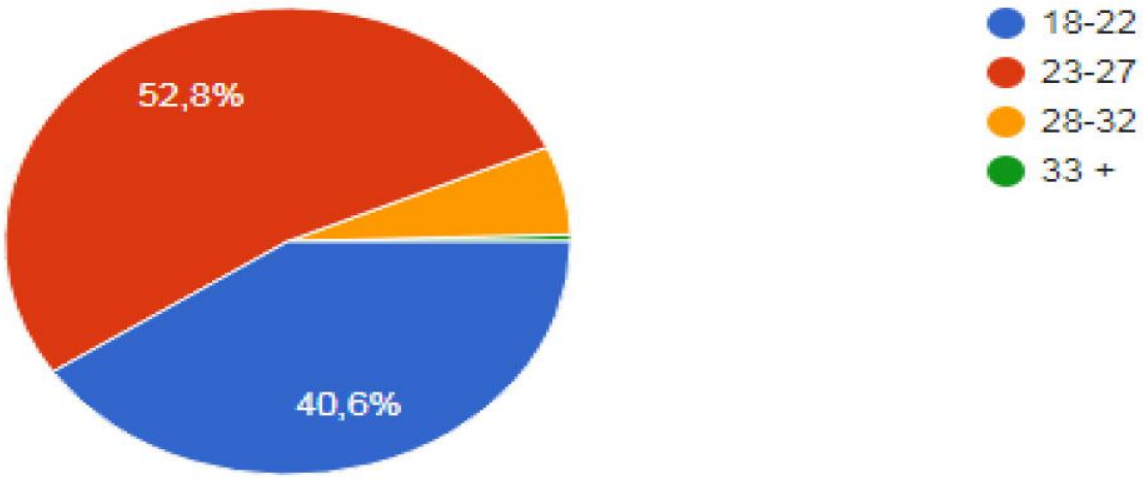
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Diaqram 1. Özəl alış-veriş saytlarında müştərilər tərəfindən verilən sifarişlərin çatdırılması prosesində logistik xidmət keyfiyyətinin səviyyəsinin müştəri məmnuniyyətinə və satınalma qərarına təsirinin araşdırılmasına dair anket sorğusu.



Mənbə: Sorğudan əldə olunan nəticələr əsasında müəllifin hesablamaları

Diaqram 2. Sorğuda iştirak edən kişi və qadınları yaş bölgüsünə görə bu cür qruplaşdırılması

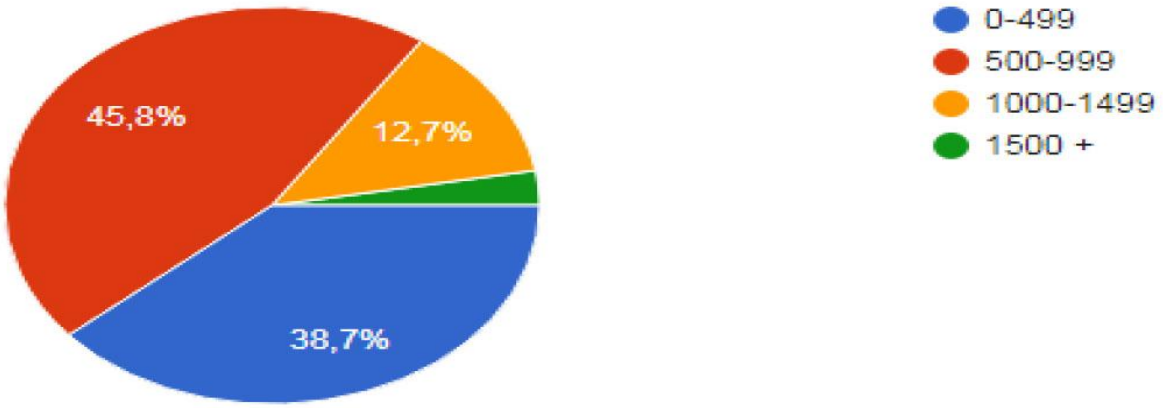


Mənbə: Sorğudan əldə olunan nəticələr əsasında müəllifin hesablamaları

Belə ki, diaqram 2-dən göründüyü kimi sorğuda iştirak edənlərin 86 nəfəri 18-22 yaş aralığını, 112 nəfəri 23-27 yaş aralığını, 13 nəfəri 28-32 yaş aralığını, 1 nəfəri isə 33+ yaşı təşkil edir. Ümumi statistika baxımından ən çox statistikada iştirak edən respondentlərin 52,8% 23-27 yaş, 40,6%-i isə 18-22 yaş aralığı təşkil edir.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

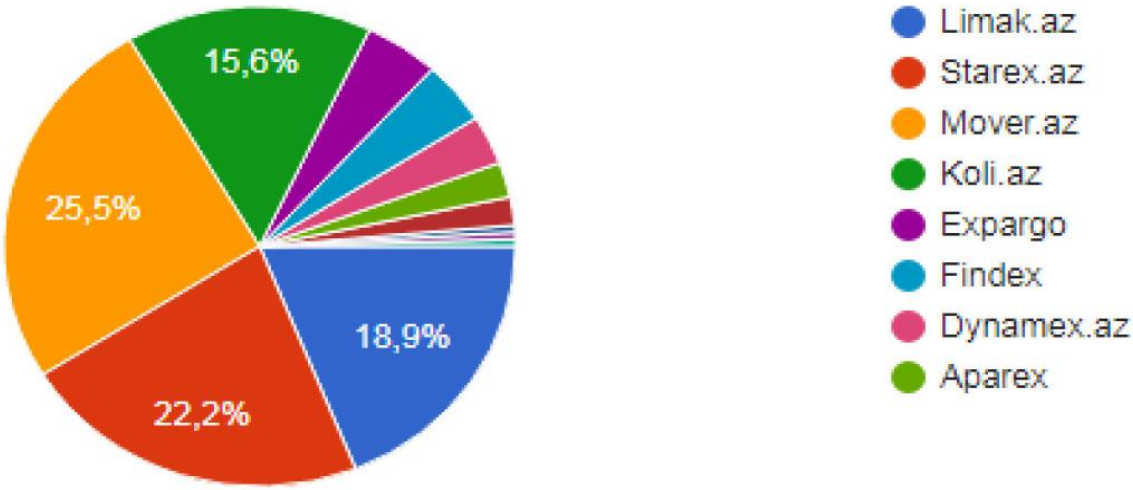
Diaqram 3. Sorğu zamanı iştirakçıların aylıq gəlirlərinin öyrənilməsi



Mənbə: Sorğudan əldə olunan nəticələr əsasında müəllifin hesablamaları

Diaqram -3 dən də göründüyü kimi 82 nəfər 0-499 Azn, 97 nəfər 500-999 Azn, 27 nəfər 1000-1499 Azn, 6 nəfər isə 1500+ qeyd etmişdir.

Diaqram 4. Karqo şirkətlərindən istifadə



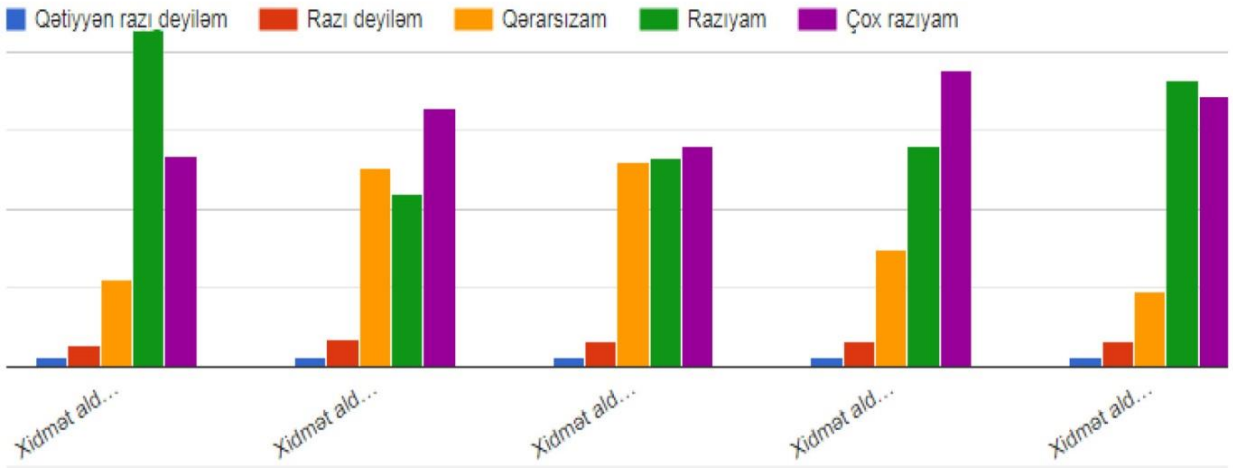
Mənbə: Sorğudan əldə olunan nəticələr əsasında müəllifin hesablamaları

Nəticə olaraq 40 nəfər Limak.az, 47 nəfər Starex.az , 54 nəfər Mover.az, 33 nəfər Koli.az, 38 nəfər isə digər karqo şirkətlərindən istifadə etdiyini qeyd etmişdir. Ümumi statistikaya görə iştirakçıların 25,5%-i Mover.az-ı, 22,2%-i Starex.az-ı, 18,9%-i Limak.az-ı, 15,6%-i Koli.az-ı seçmişdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Sorğu zamanı firmanın etibarını ölçən suallarda qeyd olunmuşdur. Diaqram 5-də verilən sual başıqlarına uyğun iştirakçılar qətiyyən razı deyiləm, razı deyiləm, qərarsızam, razıyam, çox razıyam cavablarını vermişdir.

Diaqram 5. Karqo şirkətləri haqqında müştəri məmnuniyyəti



Mənbə: Sorğudan əldə olunan nəticələr əsasında müəllifin hesablamaları

Birinci olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkəti müştərilərin gözündə yaxşı etibara sahibdir" sualına 3 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 7 nəfər razı deyiləm, 28 nəfər qərarsızam, 107 nəfər razıyam, 67 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. İkinci olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkəti rəqiblərindən daha yaxşı etibara sahibdir" sualına 3 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 9 nəfər razı deyiləm, 63 nəfər qərarsızam, 55 nəfər razıyam, 82 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. Üçüncü olaraq qeyd olunan "Xidmət aldığım karqo şirkəti yaxşı xidmət göstərməsi ilə tanınan şirkətdir." sualına 3 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 8 nəfər razı deyiləm, 65 qərarsızam, 66 razıyam, 70 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. Dördüncü olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkəti müştərilərinə ədalətli davranışı ilə tanınan bir şirkətdir" sualına 3 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 8 nəfər razı deyiləm, 37 qərarsızam, 70 nəfər razıyam, 94 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. Beşinci olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkətinin cəmiyyətdəki ümumi imici müsbətdir" sualına 3 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 8 nəfər razı deyiləm, 24 nəfər qərarsızam, 91 nəfər razıyam, 86 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir.
Göründüyü kimi karqo şirkətlərindən istifadə edən və məmnun qalan müştərilərin birinci olaraq "Qohumlarıma və dostlarıma mənə xidmət göstərən karqo şirkətini seçməyə təklif etməyi düşünürəm" sualına 3nəfər qətiyyən razı deyiləm, 10 nəfər razı deyiləm, 18 nəfər qərarsızam, 58 nəfər razıyam, 123 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. İkinci olaraq "Yüklərin qəbulu/göndərilməsi xidmətləri ilə bağlı problemim olsa belə, xidmət aldığım karqo şirkəti ilə işləməyə davam edəcəyəm" sualına 18 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 23 nəfər razı deyiləm, 41 nəfər qərarsızam, 103 nəfər razıyam, 27 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. Üçüncü olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkətinin təklif etdiyi xidmətlərin qiyməti bir miqdar artsa belə xidmət almağa davam etməyi düşünürəm" sualına 22 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 43 nəfər razı deyiləm, 61 nəfər qərarsızam, 61 nəfər razıyam, 25 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir. Dördüncü olaraq "Xidmət aldığım karqo şirkətinin təklif etdiyi xidmətlər üçün rəqib firmalara nə zərən daha çox

ödəniş etməyi nəzərə ala bilərəm" sualına 29 nəfər qətiyyən razı deyiləm, 57nəfər razı deyiləm, 70 nəfər qərarsızam, 40 nəfər razıyam, 16 nəfər isə çox razıyam qeyd etmişdir.
Hazırda karqo şirkətlərindən istifadə müasir dövr üçün çox effektivdir. Lakin iştirakçıların bir hissəsinin hələ də karqo şirkətlərindən istifadə etməməsi, bu şirkətlərin iş prinsipinə təsir göstərir.

Nəticə

E-ticarət mühitində müştəri loyallığını qazanmaq və beləliklə gəlirlilik əldə etmək üçün səmərəli və etibarlı çatdırılma sistemi vacibdir. Başqa sözlə, e-ticarətdən yaranan struktur dəyişiklikləri öz növbəsində malların fiziki axınına təsir göstərəcək. Buna görə də, e-ticarətin təsirini nəzərdən keçirərkən aşağı axın material axınının performansını qiymətləndirməmək olmaz. İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları və ya e-ticarət birbaşa olaraq yenidən mühəndislik və səmərəliliyin artırılması vasitəsi kimi və ya dolayı yolla digər təchizat zəncirinin funksiyalarında dəyişikliklərin təsiri altında təsir göstərə bilər. Təsirin müsbət və ya mənfi ola biləcəyinə baxmayaraq, mənfi təsirlərin qiymətləndirilməməsi də doğrudur.
Ticarətin qloballaşması, kiçik partiyalar, fərdiləşdirilmiş istehsal və e-ticarət tərəfindən idarə olunan vaxtında paylama kimi biznes təcrübələrinin bir çox aspektləri onların paylama strategiyasına bir çox cəhətdən təsir göstərir. Nəticədə orta daşınma ölçüsünün azalması, müvafiq olaraq daşınma tezliyinin artması və çatdırılmanın vaxtında vurğulanması e-ticarətin nəticələrinə çevrilir. Eyni zamanda, bazar tələbatına tez cavab vermək hava və avtomobil daşımaları kimi daha çevik nəqliyyat tələb edir. Təchizat zəncirinin daha kiçik və daha tez-tez daşınma tələbi nəqliyyat əməliyyatlarının idarə edilməsində mürəkkəbliyə səbəb ola bilər və potensial olaraq daha yüksək xərclərə səbəb ola bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Asoglu, İ.,& Eren, T. AHP, TOPSIS, PROMETHEE Yontemleri ile Bir İshletme ichin Kargo Shirketi Sechimi. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Ankara, 2018
2. Atmaca, H.E. ve Turgut, D. "Kargo Shirketi Sechimine Yonelik Kriterlerin Belirlenmesinde Turkiye Genelinde Bir Saha Arashtırması", Chukurova Universitesi, 2015
3. Aychin, E. Üchüncü Parti Lojistik Hizmet Saglayıcı Sechim Kriterlerinin Gri DEMATEL Bütünleshik Yaklashımıyla Belirlenmesi. İstanbul, 2018
4. Buyukkeklik, A., Ozoglu, B., & Bulbul, H. Kargo hizmet saglayıcılarında tuketici davranıshına etkisi: Bireysel tuketici arashtırması. Selchuk Universitesi, 2014
5. Deniz, A. ve Godekmerdan, L. "Mushterilerin Kargo Firmalarının Sundugu Hizmetlere Yonelik Tutum ve Duşunceleri Uzerine Bir Arashtırma", Ataturk Universitesi, 2011
6. Durmaz, Y. Lojistik Ulashtırma Faaliyetlerindeki Hizmet Kalitesinin Mushteri Degeri Yaratmadaki Rolu: Kutahya Yurt İchi Kargo Shirketinde Bir Uygulama. Yuksek Lisans Tezi, Dumlupınar Universitesi, Sosyal Bilimler Enstitusu, Kutahya, 2010
7. Gurce, M. Y., & Tosun, P. Kargo hizmetlerine ilishkin mushteri shikayetleri: Bir icherik analizi. Journal of Business Research Turk, İstanbul, 2017
8. İlban, M. O., Bezirgan, M., & Cholakoglu, F. Termal otellerde algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranısshal niyetler arasındaki ilishkilerin incelenmesi: Edremit olchegi. Antaliy, 2016

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

9. Cerna, L., & Bukova, B. . Supplier evaluation methodology in the logistics company. Procedia Engineering, London, 2016
10. Photis, M.P. “The Impact of Organizational Learning on Relationship Orientation, Logistics Service Effectiveness and Performance”. Industrial Marketing Management, New York: Jan, 2017
11. Forslund, H. “The Impact of Performance Management on Customers’ Expected Logistics Performance”. International Journal of Operations & Production Management, Bradford, 2018

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГРУЗОВЫХ КОМПАНИЙ И ВЫБОР ФИРМ В РАЗВИТИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Мазахир Абдуллаев[1], Ибрагим Руфуллазаде[2]
[1,2] Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2] Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доцент, Доктор философии по экономике,
[2]Магистрант, ibrahimrufullazade@mail.ru

РЕЗЮМЕ

Быстрые изменения и развитие технологий в логистическом секторе повышают важность и развитие логистической деятельности. В частности, сектор услуг придерживается подхода, ориентированного на удовлетворенность клиентов, который обеспечивает качество и экономию времени, соответствующие требованиям и ожиданиям потребителей. Такой подход влияет на конкурентную среду.
Электронная коммерция, которая растет с развитием технологий в мире и в нашей стране, оказывает огромное влияние на грузовой сектор. Развитие и рост экономической структуры под влиянием электронной коммерции повлияли и изменили социальную жизнь людей. Это взаимодействие и потребности, возникшие в результате изменений, оживили сектор грузовых услуг. Использование технологий у молодых людей выше, чем у взрослых. Вот почему исследования грузового сектора важны в нашей стране, где плотность молодого населения высока.
Грузовые компании помогают организациям или людям, которые производят товары в различных отраслях, в отличие от других транспортных компаний, доставлять их в нужные места. Выявление, разработка и внедрение качества обслуживания грузовых компаний будет полезно для достижения удовлетворенности клиентов. Обеспечение удовлетворенности клиентов в этой высококонкурентной отрасли определяет будущее компаний Репутация компании, также выражаемая как оценка заинтересованными сторонами компании, является одним из понятий, которые необходимо изучить в грузовой отрасли в условиях жесткой конкуренции.
Статья роль грузовой компании в электронной коммерции посвящена факторам, влияющим на выбор грузовой компании. В исследовании приводится история, сущность грузовой

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

деятельности и грузовых услуг, выбор фирмами грузовой компании в электронной торговле, анализ основных факторов, играющих роль в выборе грузовых компаний.
Ключевые слова: сайт электронной коммерции, грузовые перевозки, грузовая компания, клиент, запрос

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-184

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
198-212

THE INFLUENCE OF TERRITORIAL MARKETING ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND THE CREATION OF TOURIST DESTINATIONS

Elshan Mammadov[1], Ilgara Maharramova [2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of philosophy in economics, associate professor
[2]Master student, ilqare.meherremova@mail.ru

ABSTRACT

While tourism is an activity that one party does with the aim of generating income for commercial purposes, it is the use and consumption of activities that the other party needs by the human soul, such as having fun, relaxing, seeing new places, traveling. All entities involved in the marketing process of tourism destination have some common obligations. First of all, it is necessary that these institutions participate in the marketing activities of the region, which is designated as the destination. In addition, there are areas of common responsibility, such as complying with and controlling Service and quality standards, contributing to the coordinated work of the entire tourism industry, keeping and improving relations with the local population alive, and ensuring the participation of the local population. When doing all this, it is necessary to emphasize the brand identity and distinctive features of destination.
Tourism as a tool of economic policy is one of the most effective tools for regional development. In order for a region to be defined as a tourist region, it must form a whole with its tourism-influenced appearance in terms of the tourism geography of that region, carry the effects of tourism in its economic structure and social life. After determining the tourist region, regional tourism plans can be developed for the region in question. Regional Tourism Plan process; It is a research-based dynamic process that involves the determination of goals in the development of tourism in the tourism region, the systematic solution of activities in various options that will achieve these goals, the application of the selected options and the assessment of the selected option in terms of its presence or absence. he will succeed. Regional tourism plans focus on the following elements;
- Regional policy;
- Communication between transportation, services to the region and activities in the region;
- Type and location of tourist attractions;
- Location of Tourism Development Areas;
- Number, location, type of tourist facilities;
- Environmental, sociocultural and economic ideas and impact analyses at the Regional level;
- Regional level education programs;
- Organizational structure, laws, regulations and investment incentives;
- Development and area segmentation, project programming
Preparatory work on Regional tourism plans and further work on the elements identified are intensified, the region is evaluated in terms of tourism from all points of view and the necessary arrangements are made in accordance with the objectives. The benefits of regional tourism planning, prepared and implemented as a result of serious research, can be listed as follows;
- Contribute to development by increasing the effectiveness of national development plans;

- To ensure the economic and social integration of the country;
- Attraction of empty resources in the regions to the economy;
- Reduction of non-balanced interregional development.

Marketing has an invaluable role in shaping any country, any region or a specific territory of that country as a tourist destination. Marketing tools are considered as an important element in the formation of the Regional tourism market as well. The marketing process in tourism begins with determining the needs and expectations of customers. Especially important in this process are the demographic characteristics of customers, what activities they can be satisfied with, the approximate financial cost of the service, how much they can pay, cultural structures to create a marketing complex of tourists. The second stage is the development of goods and services. The important point here is not to make a mistake in the first step. If the customer profile is properly investigated, it can be served accordingly, and no flaws will arise in its development. The third stage is the promotion of goods and services. The right product must be presented at the right price, in the right distribution channels, with the right promotional tools. The final stage of the marketing process is the monitoring, review and evaluation process. In the service industry, where competition is rapidly developing and technological development is rapidly increasing, enterprises also need to be dynamic, constantly monitor developments and determine marketing strategies in accordance with these developments, constantly review them in order to keep up with this change. Tourism marketing is a rapidly developing industry in the service industry and has its own specifics.

The article is devoted to the formation of territorial marketing in tourism. The study highlighted the role and importance of marketing in the formation of the regional tourism market, highlighted the directions of Marketing Research in the creation of tourism destinations.

Keywords: tourism market, destination image, area marketing, regional tourism, destination elements

ƏRAZİ MARKETİNQİNİN TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ VƏ TURİZM DESTİNASİYALARININ YARADILMASI

Elşən Məmmədov[1], İlqarə Məhərrəmova[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, ilqare.meherremova@mail.ru

XÜLASƏ

Turizm bir tərəfin kommersiya məqsədləri ilə gəlir əldə etmək üçün etdiyi bir fəaliyyət olduğu halda, digər tərəfin əylənmək, dincəlmək, yeni yerlər görmək, səyahət kimi insan ruhunun ehtiyac duyduğu fəaliyyətlərdən istifadə və istehlak etməsini əhatə edir. Turizm destinasiyasının marketinq prosesində iştirak edən bütün qurumların bəzi ümumi öhdəlikləri var. İlk növbədə bu qurumların təyinat yeri olaraq təyin olunan bölgənin marketinq fəaliyyətində iştirak etməsi zəruridir. Bundan əlavə, xidmət və keyfiyyət standartlarına riayət etmək və onlara nəzarət etmək, bütün turizm sənayesinin koordinasiyalı işinə töhfə vermək, yerli əhali ilə münasibətləri canlı

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

saxlamaq və yaxşılaşdırmaq, yerli əhalinin iştirakını təmin etmək kimi ümumi məsuliyyət sahələri var. Bütün bunları edərkən, destinasiyanın brend kimliyini və fərqləndirici xüsusiyyətlərini vurğulamaq lazımdır.

Hər hansı bir ölkənin, həmin ölkənin hər hansı bir regionunun və ya müəyyən bir ərazisinin turizm destinasiyası kimi formalaşdırılmasında marketinqin əvəzsiz bir rolu vardır. Regional turizm bazarının da formalaşmasında marketinq alətləri vacib bir element kimi qəbul edilir. Turizmdə marketinq prosesi müştərilərin ehtiyac və gözləntilərinin müəyyən edilməsi ilə başlayır. Xüsusilə bu prosesdə müştərilərin demoqrafik xüsusiyyətləri, hansı fəaliyyətlərdən məmnun ola biləcəkləri, xidmətin təxmini maliyyə dəyəri, nə qədər ödəyə biləcəkləri, mədəni strukturları turistlərin marketinq kompleksini yaratmaq üçün çox vacibdir. İkinci mərhələ mal və xidmətlərin inkişafıdır. Burada mühüm məqam ilk addımda səhv etməməkdir. Müştəri profili düzgün araşdırılarsa, ona uyğun xidmət göstərilə bilər və onun inkişafında heç bir qüsur yaranmayacaqdır. Üçüncü mərhələ mal və xidmətlərin təşviqidir. Doğru məhsul düzgün qiymətə, düzgün paylama kanallarında, düzgün tanıtım vasitələri ilə təqdim edilməlidir. Marketinq prosesinin son mərhələsi monitorinq, nəzərdən keçirmə və qiymətləndirmə prosesidir.

Məqalə turizmdə ərazi marketinqinin formalaşmasına həsr olunmuşdur. Tədqiqatda regional turizm bazarının formalaşdırılmasında marketinqin rolu və əhəmiyyəti qeyd olunmuş, turizm destinasiyalarının yaradılmasında marketinq tədqiqatlarının aparılması istiqamətləri vurğulanmışdır.

Açar sözlər: turizm bazarı, destinasiya imici, ərazi marketinqi, regional turizm, destinasiya elementləri

Giriş

Turizm iqtisadi siyasət vasitəsi kimi regional inkişaf üçün ən təsirli vasitələrdən biridir. Bir bölgənin turizm bölgəsi olaraq təyin olunması üçün o bölgənin turizm coğrafiyası baxımından turizmdən təsirlənmiş görünüşü ilə bir bütövlük təşkil etməli, iqtisadi strukturunda və sosial həyatında turizmin təsirlərini daşımalıdır. Turizm bölgəsi müəyyən edildikdən sonra sözügedən bölgə üçün regional turizm planları hazırlana bilər. Regional turizm planı prosesi turizm bölgəsində turizmin inkişafında məqsədlərin müəyyən edilməsini, bu məqsədlərə çatacaq müxtəlif variantlarda fəaliyyətlərin sistematik şəkildə həllini, seçilmiş variantların tətbiqini və seçilmiş variantın onun olub-olmaması baxımından qiymətləndirilməsini əhatə edən tədqiqata əsaslanan dinamik bir prosesdir. uğur qazanacaq. Regional turizm planları aşağıdakı elementlərə diqqət yetirir;

• Regional siyasət;
• Bölgəyə nəqliyyat, xidmətlər və regiondakı fəaliyyətlər arasında əlaqə;
• Turistik yerlərin növü və yeri;
• Turizmin inkişafı sahələrinin yerləşməsi;
• Turistik obyektlərin sayı, yeri, növü;
• Regional səviyyədə ekoloji, sosial-mədəni və iqtisadi ideyalar və təsir təhlilləri;
• Regional səviyyəli təhsil proqramları;
• Təşkilati struktur, qanunlar, qaydalar və investisiya təşviqləri;
• İnkişaf və ərazinin seqmentasiyası, layihənin proqramlaşdırılması (Timur A., 2011: s.13).

Məqsəd

Məqalənin məqsədi turizmdə marketinqin xüsusiyyətləri, marketinq tədqiqatlarının vəzifələri və mərhələləri, destinasiya marketinqinin müddəti, destinasiyanın idarə edilmə prosesinin mərhələləri kimi problemləri araşdırmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Hazırda qiymətləndirilən regionda turizmin inkişaf səviyyəsi nəzərə alınmaqla, təbii-iqtisadi sərvətlərin, sosial-mədəni sərvətlərin və hadisələrin, fiziki və institusional infrastrukturun və üst quruluşun qiymətləndirilməsi, potensial turist təchizatı məlumatlarının, eləcə də turistik təminat potensialının təhlili, qeyd olunan prinsiplərə uyğun olaraq turizm regionu müəyyən edilərkən, həmçinin seçiləcək turizm məhsulları baxımından regionun rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsi və turizmi dəstəkləmək lazımdır.

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə, analiz, sintez və məntiqi araşdırma metodlarının köməyi ilə məlumatlar əldə edilərək, tədqiqat üçün lazımi qaydada sistemləşdirilmişdir. Analiz və məntiqi araşdırma metodlarının köməyi ilə regional turizm bazarının formalaşdırılmasında marketinqin rolu müzakirə olunmuş, turizm destinasiyaları üçün hədəf bazarın seçilməsi və marketinq strategiyaları istiqamətində araşdırmalar həyata keçirilmişdir. Tədqiqat prosesində təsnifat, qruplaşdırma təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Bu metodların tədbiqi ilə turizmdə marketinqin özünəməxsus xüsusiyyətləri, marketinq tədqiqatlarının vəzifələri, marketinq tədqiqatlarının mərhələləri, destinasiya marketinqinin müddəti və s. bu kimi məsələlər öyrənilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə regional turizm bazarının inkişafı öyrənilmiş və destinasiyanın yaradılmasınsa marketinqin əhəmiyyətini müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Regional turizm planları ilə bağlı hazırlıq işləri və daha sonra müəyyən edilən elementlər üzərində işlər intensivləşdirilir, bölgə hər baxımdan turizm baxımından qiymətləndirilir və hədəflərə uyğun olaraq lazımi tənzimləmələr edilir. Ciddi araşdırma nəticəsində hazırlanaraq həyata keçirilən regional turizm planlaşdırılmasının faydalarını aşağıdakı kimi sıralamaq olar;

• Milli inkişaf planlarının effektivliyini artırmaqla inkişafa töhfə vermək;
• Ölkənin iqtisadi və sosial inteqrasiyasını təmin etmək;
• Regionlardakı boş ehtiyatların iqtisadiyyata cəlb edilməsi;
• Regionlararası qeyri-taraz inkişafın azaldılması.

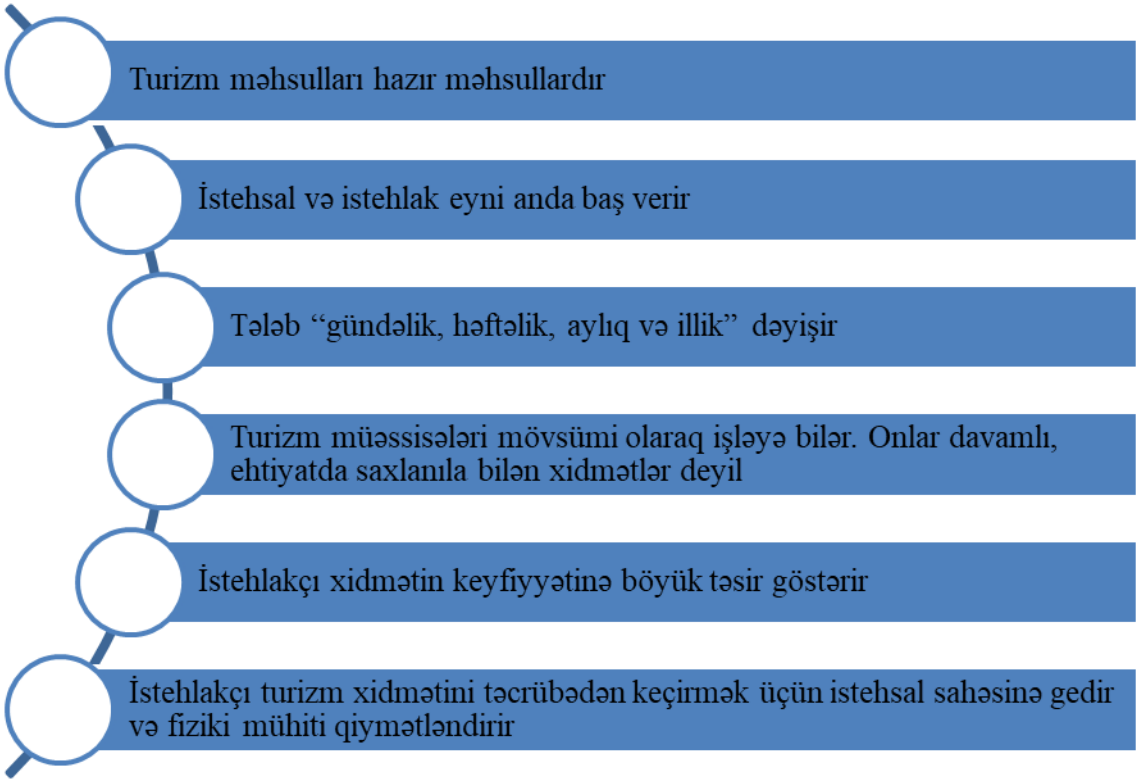
Turizmin planlaşdırılmasında ən mühüm məsələlərdən biri də turizmin inkişaf etdiriləcəyi regionun seçilməsidir. Bu seçimi edərkən, namizəd bölgələrin müqayisəsi aparılmalı və prioritet bölgə mövcud və potensial turizm məlumatları baxımından qiymətləndirilməli və bunun hansı turizmə imkan verəcəyi və hansı turizm məhsullarının inkişaf etdiriləcəyi qiymətləndirilməlidir. Belə bir qiymətləndirmə aparılarsa, turizmin planlaşdırılmasının məqsədləri coğrafi olaraq ifadə edilə bilər və resursların bölüşdürülməsi baxımından prioritet sahələr işarə edilərək göstərilə bilər. Regionların müəyyən edilməsi prosesində aşağıdakı təsnifat prinsipləri tətbiq edilməlidir.

• Bölgələşdirmə metodu mövcud problemə xas olmalı və sahəyə uyğun olmalıdır,
• Regional sistem regionda mövcud şəraiti əks etdirmək üçün ardıcıl olmalıdır,
• Bölgələşdirmə bölgələrin dəyərlərinə əsaslanmalı və təfərrüatlı olmalıdır,
• Bölgələrin ümumi təsvirində istifadə olunan xüsusiyyətlər konkret səviyyədə təsvirdə istifadə edilən xüsusiyyətlərdən daha əhəmiyyətli olmalıdır,
• Xüsusiyyətlərin sayı və qruplaşdırılmasına diqqət yetirilməlidir,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

• Birdən çox fərqləndirmə xüsusiyyəti rayonlaşdırmada iyerarxiya yaratmalıdır,
• Əgər rayonlaşdırma geniş planlaşdırma prosesinin ilk addımıdırsa, bu məsələyə çox pul və vaxt sərf edilməməlidir (Timur A., 2011: s.13).
Turizm bölgəsində yerləşən zəngin sərvətlər və resurslar bölgənin turizm baxımından potensialının qiymətləndirilməsi baxımından ən önəmli məsələlərdən biri olaraq qəbul edilməkdədir (Memmedov E. Q., 2013: s.75).

Sxem 1. Turizmdə marketinqin özünəməxsus xüsusiyyətləri.

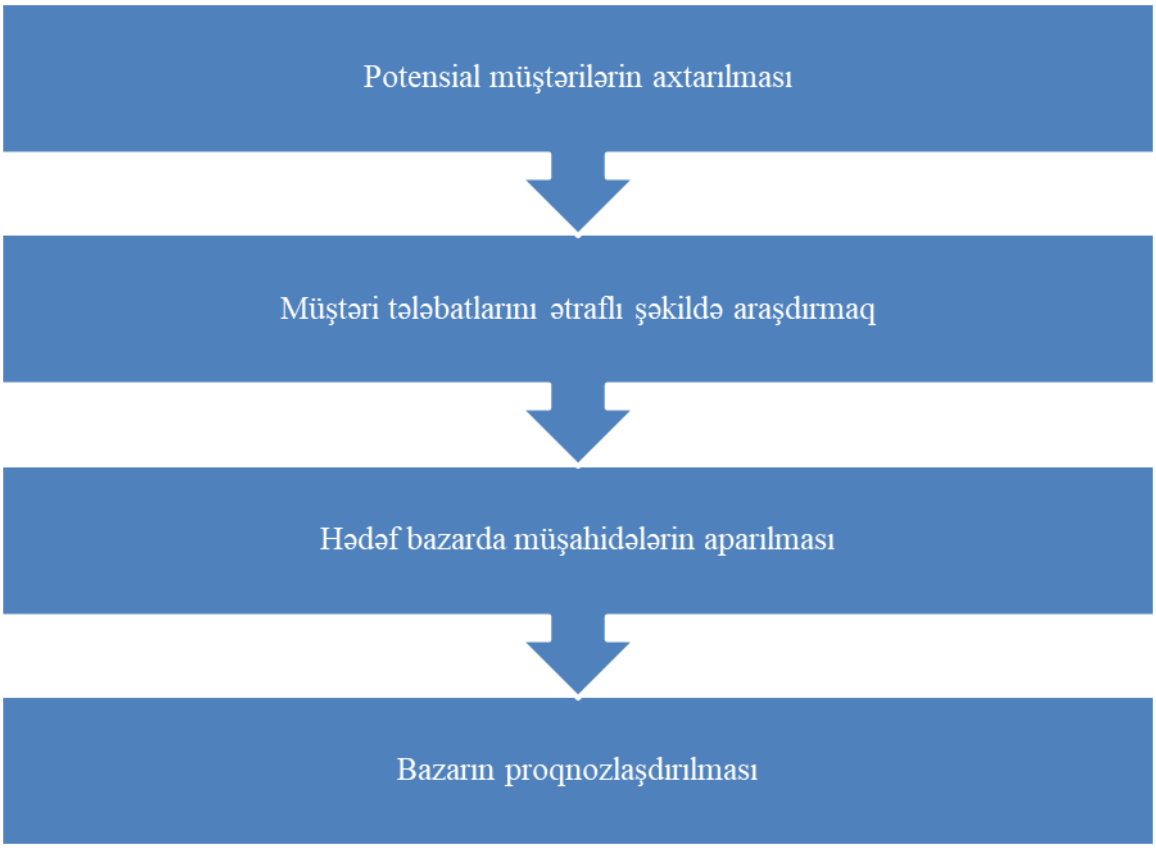

Turizm məhsulları hazır məhsullardır
İstehsal və istehlak eyni anda baş verir
Tələb "gündəlik, həftəlik, aylıq və illik" dəyişir
Turizm müəssisələri mövsümi olaraq işləyə bilər. Onlar davamlı, ehtiyatda saxlanıla bilən xidmətlər deyil
İstehlakçı xidmətin keyfiyyətinə böyük təsir göstərir
İstehlakçı turizm xidmətini təcrübədən keçirmək üçün istehsal sahəsinə gedir və fiziki mühiti qiymətləndirir

Mənbə: Uner T., 2019: s.81 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Turizmdə xidmətlər iki fərqli səviyyədə satılır:
1. Rəsmi turizm qurumları tərəfindən həyata keçirilən və birbaşa satış üçün nəzərdə tutulmayan marketinq
2. Müəssisələr tərəfindən həyata keçirilən və öz məhsullarını satmağı hədəfləyən marketinq
Marketinq konsepsiyasından istifadə etməyin əsas məqsədi, bazardakı tələb və təklifin öyrənilməsi və bunun əsasında müəssisənin idarə edilməsinin təmin olunması, müştərilərin tələb və istəklərinə uyğun məhsulları turistlərə uyğun bir zaman və məkanda təklif etməkdən ibarətdir. Bu prosesləri həyata keçiə bilmək üçün zəruri məlumatlara sahib olmaq lazımdır (Shirinli B., 2018: s.22).
Regional turizm bazarının formalaşmasında da marketinq tədqiqatları peşəkar şəkildə həyata keçirilməli və həyata keçirilən bu tədqiqatlar uğurlu şəkildə tətbiq olunmalıdır. Marketinq

tədqiqatları dedikdə, zəruri informasiyaların axtarılması, tapılması, qəbul olunması və həmin məlumatların təhlili başa düşülür. Marketinq tədqiqatlarının özünəməxsus vəzifələri vardır (Xeyirxeberov İ.M., 2015: s.364).

Sxem 2. Marketinq tədqiqatlarının vəzifələri.

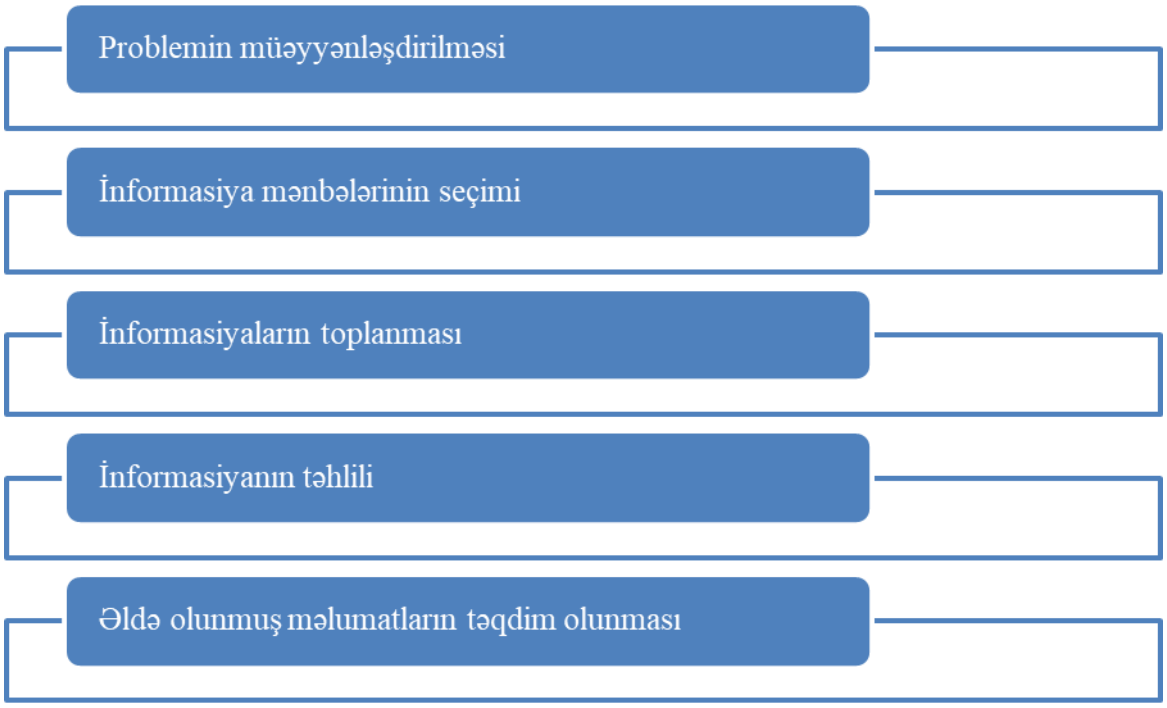


Mənbə: Shirinli B., 2018: s.22 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Turizm bazarında aparılan marketinq tədqiqatları müəyyən ardıcıllıq və mərhələlər üzrə aparılmaqdadır.

Sxem 3. Marketinq tədqiqatlarının mərhələləri

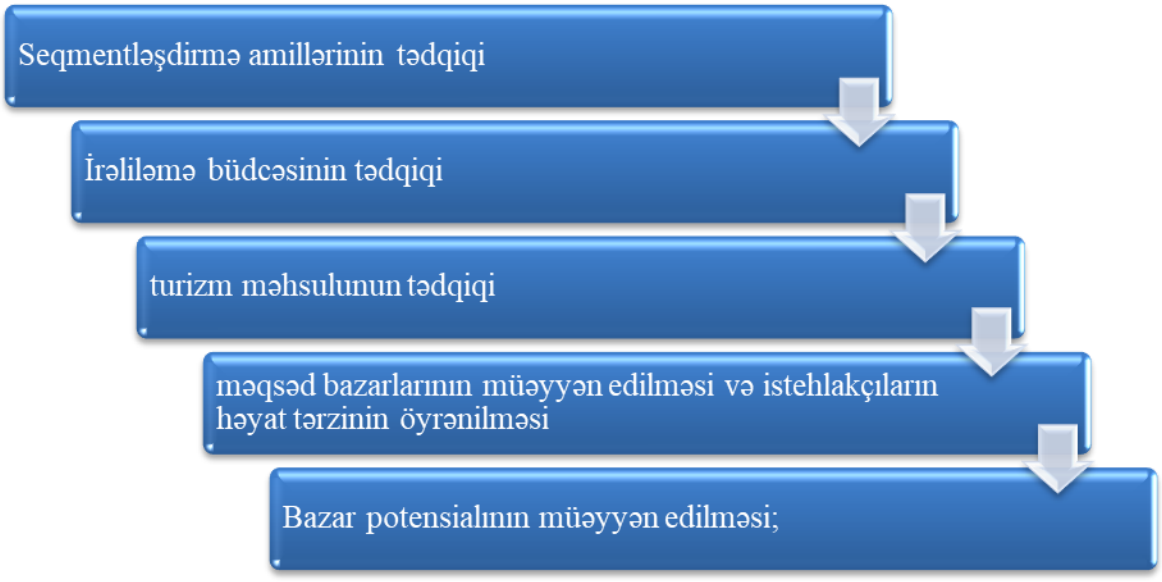
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Mənbə: Shirinli B., 2018: s.22 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Regional turizmdə o cümlədən, turizm sferasında mövcud olan müəssisə və şirkətlər marketinq tədqiqatlarının həyata keçirilməsini müəyyən problemlərdər dolayı tələb edirlər.

Sxem 4: Marketinq tədqiqatının keçirilməsini tələb edən problemlər.


Seqmentləşdirmə amillərinin tədqiqi
İrəliləmə büdcəsinin tədqiqi
turizm məhsulunun tədqiqi
məqsəd bazarlarının müəyyən edilməsi və istehlakçıların həyat tərzinin öyrənilməsi
Bazar potensialının müəyyən edilməsi;

Mənbə: Shirinli B., 2018: s.22 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Marketinq tədqiqatlarının ilkin mərhələsi məqsəd və vəzifələrinin formalaşdırılmasından ibarətdir. Məqsəd və vəzifələr müəssisənin hər hansı bir dövr üçün mümkün ola biləcək problemlərin spesifikliyindən asılı olaraq formalaşır. Məsələn, hər hansı bir turizm müəssisəsi hər hansı bir turizm məhsulunun və ya xidmətinin satış həcminin azalması ilə üzləşib, məhsulun satış həcminin azalmasını həll etmək üçün araşdırmalar aparılmalıdır. Həmin araşdırmalar zamanı məhsulun satış həcminin azalma səbəbləri, baş verən problemin aradan qaldırılması üçün nələrin edilə biləcəyinə dair tədqiqatlar həyata keçirilir. Növbəti mərhələ informasiya mənbələrinin seçilməsidir ki, burada lazımi məlumatların əldə olunmasını daha asan etmək üçün həyata keçirilir. Mənbələrin düzgün şəkildə seçilməsi həm vaxt baxımından həm də məlumatların daha asan şəkildə əldə edilməsində mühüm rol oynayır. İnformasiyaların toplanmasına isə mövcud bazarın, rəqiblərin, müştərilərin, məhsul və xidmətlərin, müştəri tələbatları və digər məlumatlarının toplanması kimi funksiyalar daxildir. İnformasiyanın təhlili isə, əldə olunmuş məlumatların müxtəlif üsul və metodlarla araşdırılmasını nəzərdə tutur. Bu mərhələdə daha çox riyazi və iqtisadi-statistik metodlardan daha çox istifadə olunmaqdadır. Əldə olunan məlumatların təqdim olunması mərhələsi isə, müxtəlif tövsiyyə və nəticələrin hazırlanmasını nəzərdə tutmaqdadır. Qeyd olunan tövsiyyə və nəticələr qeydə alınmış problemin həlli yolunda istifadə olunur. Marketinq tədqiqatının nəticə hissəsi həmin tədqiqatın əsas hissəsi kimi çıxış edir. Həmin nəticələr geniş bir hesabat formasında, həmçinin, qısa izahat formasında da verilə bilər.

Destinasiya sözü "təyinat yeri", "çatılacaq yer" mənasını versə də, turizm terminləri lüğətində "məqsədindən asılı olmayaraq səyahətin təyinatı" kimi müəyyən edilir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) turizm təyinatını belə müəyyən edir; Bu, turistin ən azı bir gecə qaldığı fiziki yer kimi müəyyən edir və ən azı bir günlük səyahət zamanı dəstək xidmətləri, attraksionlar və turist resursları kimi turizm məhsullarını ehtiva etməsi lazım olduğunu bildirir. Müxtəlif maraqlı tərəfləri birləşdirən destinasiyalar vahid region, region və ya mərkəz ola bilər və ya onların klasterləşməsi ilə formalaşan regionlar, bölgələr və mərkəzlərdən ibarət daha böyük istiqamətlər qeyd edilə bilər. Başqa sözlə, destinasiya bütün ölkə miqyasında və ya rayon, ada, kənd, qəsəbə kimi istənilən miqyasda ola bilər (Timur A., 2011: s.15).

Başqa bir tərifə görə destinasiya "təbii, tarixi və mədəni obyektləri olan turistik avadanlıqlara malik olan və buna görə də turistlərin pul qazanmaq məqsədi olmadan ziyarət etdikləri coğrafi yer"dir və turistik istehlaka və turistlərə məruz qalan yer kimi izah edilə bilər. Destinasiya turizmin müxtəlif kompleks strukturunun formalaşdırdığı, əsas turizm təhlili üçün əlverişli, turizm məhsullarının inkişaf etdirildiyi və turizm siyasətinin həyata keçirildiyi bir yer olaraq təyin olunduqda, o, xidmətlərin mərkəz nöqtəsini təşkil edən coğrafi ərazi kimi qəbul edilə bilər. Bu yanaşmadan çıxış edərək destinasiya tərifini "ölkə, rayon, şəhər və ya bölgədə turizm potensialını aktivləşdirməklə müvafiq yerə müəyyən iqtisadi töhfələr vermək üçün fəaliyyətlərin həyata keçirildiyi coğrafi ərazi" kimi vermək olar. Bu qiymətləndirmələrə əsasən, turizm destinasiyası müxtəlif turizm resursları ilə turistləri cəlb edən və turist səfərlərinə intensiv ev sahibliyi edən bir çox qurum və təşkilatlar tərəfindən təmin edilən birbaşa və ya dolayı turizm hərəkətlərinin hamısından ibarət kompleks məhsul kimi müəyyən edilə bilər. Bu xüsusiyyətlərinə görə destinasiyalar turizmin ən mühüm komponentlərindən biridir və idarə olunması və bazara çıxarılması ən çətin turizm məhsulları kimi qəbul edilir. Destinasiyaları effektiv şəkildə idarə etmək və bazara çıxarmaq üçün destinasiyaları təşkil edən elementləri və xüsusiyyətləri çox təfərrüatlı şəkildə araşdırmaq və qiymətləndirmək və lazımi təhlilləri edərək müvafiq siyasətlərə əməl etmək lazımdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Bir bölgənin turizm destinasiya olması və turizm baxımından inkişaf etməsi üçün müəyyən xüsusiyyətlərə malik olmalıdır. Bu xüsusiyyətlər, cəlbedicilik, əlçatanlıq, imic, münasib qiymət, turistik məqsədəuyğun mal və xidmətlər, yaşayış, yemək və içki, muzey və xarabalıqlar kimi istirahət imkanlarının mövcudluğu kimi xüsusiyyətlərdən ibarət məhsul və xidmətlərin qarışığı kimi ifadə edilə bilər. Bu istiqamətdə istiqamətləri təşkil edən xüsusiyyətləri altı əsas başlıq altında qruplaşdırmaq olar:

• Attraksionlar: İnsan tərəfindən yaradılmış, təbii memarlıq, mədəni irs, xüsusi tədbirlər,
• Əlçatanlıq: Nəqliyyat sistemi, bölgəyə nəqliyyat, bölgədaxili nəqliyyat, nəqliyyat vasitələri,
• Obyektlər: Yerləşdirmə, iaşə, səyahət agentləri və digər xidmətlər,
• Planlaşdırılan turlar (mövcud paketlər): Səyahət agentləri tərəfindən təşkil edilən turların olması,
• Fəaliyyətlər: Turistin səfəri zamanı faydalanacağı destinasiyadakı bütün fəaliyyətlər,
• Yardımçı xidmətlər (köməkçi xidmətlər): Turistlərin bank kommunikasiya vasitələri, sağlamlıq kimi faydalanacağı xidmətlər (Timur A., 2011: s.16).

Turizm destinasiyası marketinqi müəyyən bir məkanın populyarlığını inkişaf etdirmək və saxlamaq səylərinin tamamlayıcı hissəsidir. Destinasiya marketinqində iki proses - xarici və daxili marketinq birlikdə hərəkət etməlidir. Yəni bir destinasiyanın potensial bazarlara və turistlərə sistemli satışı xarici marketinq olduğu halda, destinasiyanın marketinq strategiyalarının yerli əhaliyə və müvafiq qurumlara elan edilməsi və mənimsənilməsi fəaliyyətinə daxili marketinq deyilir. Turizm marketinqinin müasir anlayışının məhsulu olan destinasiya marketinqi coğrafi olaraq bölgə və ya şəhəri əhatə edir və ümumiyyətlə milli səviyyədə marketinq səylərinin elementidir.

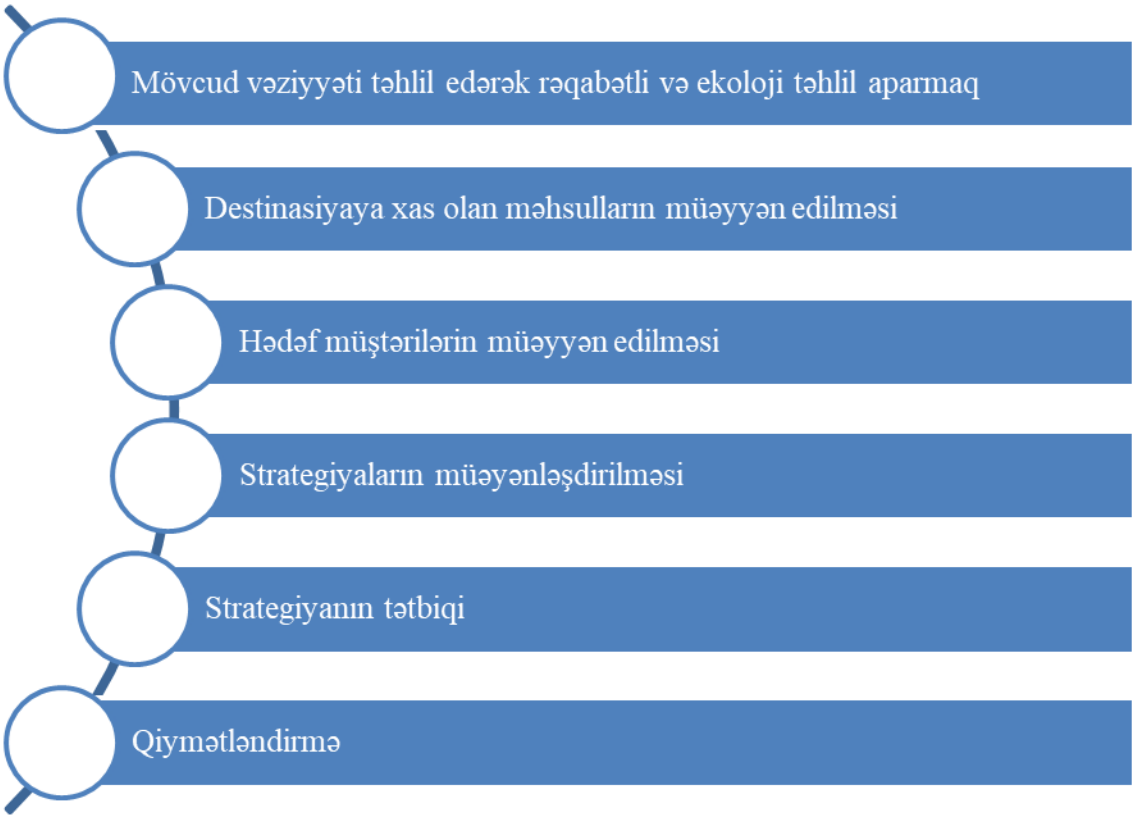
Bir bölgənin turizm məkanı kimi bazara çıxarılması üçün o, turistlərin istək və tələbatlarına xidmət edə biləcək xüsusiyyətlərə və cəlbediciliyə malik olmalıdır. Destinasiyanın özünəməxsus xüsusiyyətlərindən ibarət olan bu cəlbedici elementlər həm də həmin təyinat yerinin imicinin əsas elementlərini təşkil edir. Destinasiya imici daha çox destinasiya brendini ortaya qoyur və destinasiya brendi rəqabət mühitinin qaçılmaz xilaskarına çevrilir. Destinasiya markasının kimliyini və onu digər destinasiyalardan fərqləndirən xüsusiyyətlərin müəyyən edilməsi və marketinq araşdırmalarında vurğulanması bir destinasyonu beynəlxalq turizm bazarında daha rəqabətli mövqeyə daşıyacaq əsas elementlərdir (Ozdemir G., 2014: s.102).

Turizm sektorunda fəaliyyət göstərən qurumlar əvvəlcə turistlərin ehtiyaclarını təxmin etmək, sonra isə bu ehtiyacları ödəmək üçün turistik məhsul və xidmətlər istehsal etməlidirlər. Lakin destinasiya marketinqində vəziyyət bir qədər fərqlidir. Yəni, bazara çıxarılacaq təyinatın sərhədləri, onun resursları, məhsulları və daşıma qabiliyyəti müəyyəndir və hədəf bazar təyinatın bu xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq seçilir. Destinasiya marketinq prosesini aşağıdakı sxemdəki kimi ümumiləşdirə bilərik.

SWOT təhlili metodu destinasiya marketinqində mövcud vəziyyəti təhlil etmək üçün tətbiq oluna bilər. Bu təhlil nəticəsində destinasiya imici yaradılacaq. Yaradılan bu imiclə, destinasiya üçün bir marka yaradılacaq. Marketinq sektorunda texnoloji dəyişikliklərin və qloballaşmanın təsiri ilə gələcəkdə brendlər arasında mübarizə sahəsində uğurların olacağı və buna görə də turizm sektorunda uğurun brendlər arasındakı mübarizə ilə əldə oluna biləcəyi görülür. Turizm sektorunda brendlərin də destinasiya olduğunu söyləsək yanılmarıq. Aydındır ki, turizmdə brendinq bütün digər sektorlardakı brendləşdirmədən daha mürəkkəbdir. Bu kontekstdə destinasiya marketinqini həyata keçirən qurumlar üçün həm yerli əhalinin, həm də destinasiyada fəaliyyət göstərən digər maraqlı tərəflərin ortaq cəhətlərini təmsil edə biləcək bir destinasiya brendi yaratması vacibdir. Əslində, destinasiya marketinqi destinasiya idarəetmə prosesinin bir

hissəsidir. Məhz, ilk növbədə, bir destinasiyanım uğurlu olması üçün koordinasiyalı idarəetmə prosesinə məruz qalmalıdır.

Sxem 5: Destinasiya marketinqinin müddəti

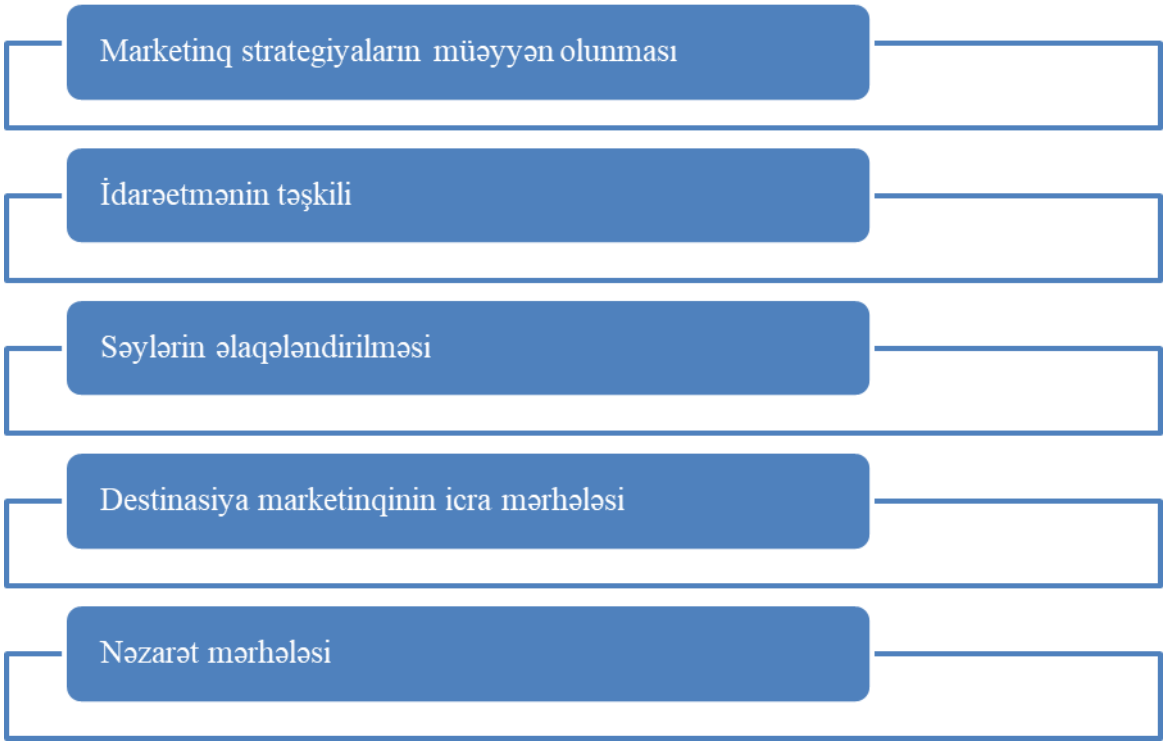

Mövcud vəziyyəti təhlil edərək rəqabətli və ekoloji təhlil aparmaq
Destinasiyaya xas olan məhsulların müəyyən edilməsi
Hədəf müştərilərin müəyyən edilməsi
Strategiyaların müəyənləşdirilməsi
Strategiyanın tətbiqi
Qiymətləndirmə

Mənbə: Altun İ. Z., 2016: s.45 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Bunlara əlavə olaraq, 20-ci əsrin texnoloji dəyişiklikləri və rəqabət mühiti kimi amillərlə əlaqədar marketinqdə baş verən dəyişikliklər nəticəsində "İnteqrasiya edilmiş Marketinq Kommunikasiyası" yeni bir marketinq yanaşması olaraq ortaya çıxır. Kotlerin fikrincə, inteqrasiya olunmuş marketinq kommunikasiyası şirkətə məhsulları və təşkilatı haqqında aydın, ardıcıl və inandırıcı mesaj yaratmaq məqsədi ilə şirkət daxilində müxtəlif kommunikasiya kanallarını diqqətlə birləşdirməyə və koordinasiya etməyə imkan verən tətbiq sahəsidir (Chalık M., 2013: s.140). İnteqrasiya edilmiş marketinq, ünsiyyətə, ortaq bir dildən istifadə etməyə və müştərini diqqət mərkəzinə çatdırmağa yönəlmiş məhsulun marketinqi ilə bağlı bütün tətbiqlərin müəyyən edilməsi və həyata keçirilməsidir. Bunu edərkən birgə fəaliyyət institusional bütövlük yaradacaq. Bundan əlavə, xaricə doğru vahid imic yaradaraq, müştərilərlə qurum arasında sədaqətə əsaslanan bağ qurulmağa çalışılır. Çağımızda turizmin inkişafı üçün destinasiya özünəməxsusluğu və xüsusiyyətlərindən istifadə edərək yeniliyi üzə çıxarmaqla müasir turizm bazarının tələblərinə cavab verə bilən əsas funksional vahid kimi nəzərdən keçirilməli, fərqli xüsusiyyətlərə əsaslanan məhsullar hazırlamalıdır (Kesic T., Pavlic İ., 2011: p.9).

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

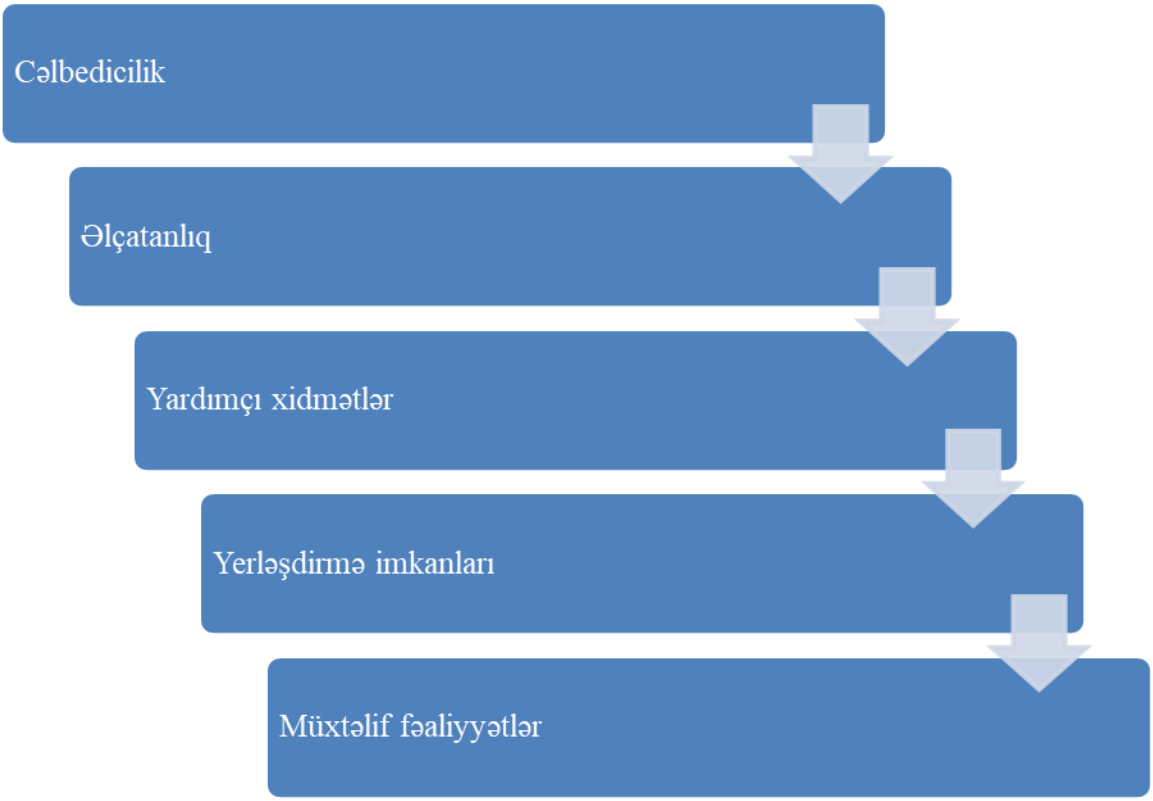
Sxem 6. Destinasiyanın idarə edilməsi prosesinin mərhələləri.



Mənbə: Altun İ. Z., 2016: s.46 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Odur ki, turizmdə uğur hər bir destinasiyanın özünəməxsusluğundan istifadə etməklə və rəqibləri ilə müqayisədə fərq yaratmaqla, yəni brend kimliyi ilə önə çıxmaqla əldə edilə bilər. Bu artan rəqabət həm keyfiyyətin, həm də dəyərin turistləri cəlb etmək üçün vacib amillər olduğunu vurğulayır (Saji B. S., 2015: p.99). Həqiqətən, bir destinasiyanın marketinqi və təşviqi bir çox istiqamətlərin müxtəlif dərəcələrdə istifadə etdiyi yeni texnoloji yeniliklərin artması ilə dəstəklənən hər yerdə mövcud olan fəaliyyətdir.
Destinasiyanın xüsusiyyətləri həmin destinasiyanı turizm baxımından qiymətli edir.
Bu elementlərdən ən mühümü həmin təyinat yerinin cəlbediciliyidir. Cəlbedicilik həmin destinasiyanın turistlərin diqqətini cəlb edə bilən cəlbedici elementləridir. Əlçatanlıq, yəni turistlərin təyinat yerinə asanlıqla çata bilməsi də destinasiya seçimində mühüm meyardır. Bundan əlavə, yaşayış imkanlarının müxtəlifliyi və rahatlığı və bütün bu elementləri dəstəkləyən və asanlaşdıran köməkçi xidmətlərin mövcudluğu qeyd olunan təyinat yerində keçirilən fəaliyyətlərdə istiqamətləri təşkil edən elementlərdir. Destinasiyanı təşkil edən bütün bu elementlər destinasiya marketinq strategiyalarına daxil edilməli və destinasiyanın marketinqində turistləri cəlb etmək üçün hazırlanmalı və istifadə edilməlidir. Turizm destinasiyasının özünəməxsus xüsusiyyətlərinə uyğun yaradılmış imic, bu imiclə uyğun tətbiq edilən tanıtım fəaliyyətləri və bunların nəticəsində marka ilə destinasiyanı uğurla bazara çıxarmaq mümkün olacaq. Bunlar destinasiya marketinq strategiyalarını təyin edərkən nəzərə alınmalı olan əsas elementlərdir.

Sxem 7. Destinasiya elementləri



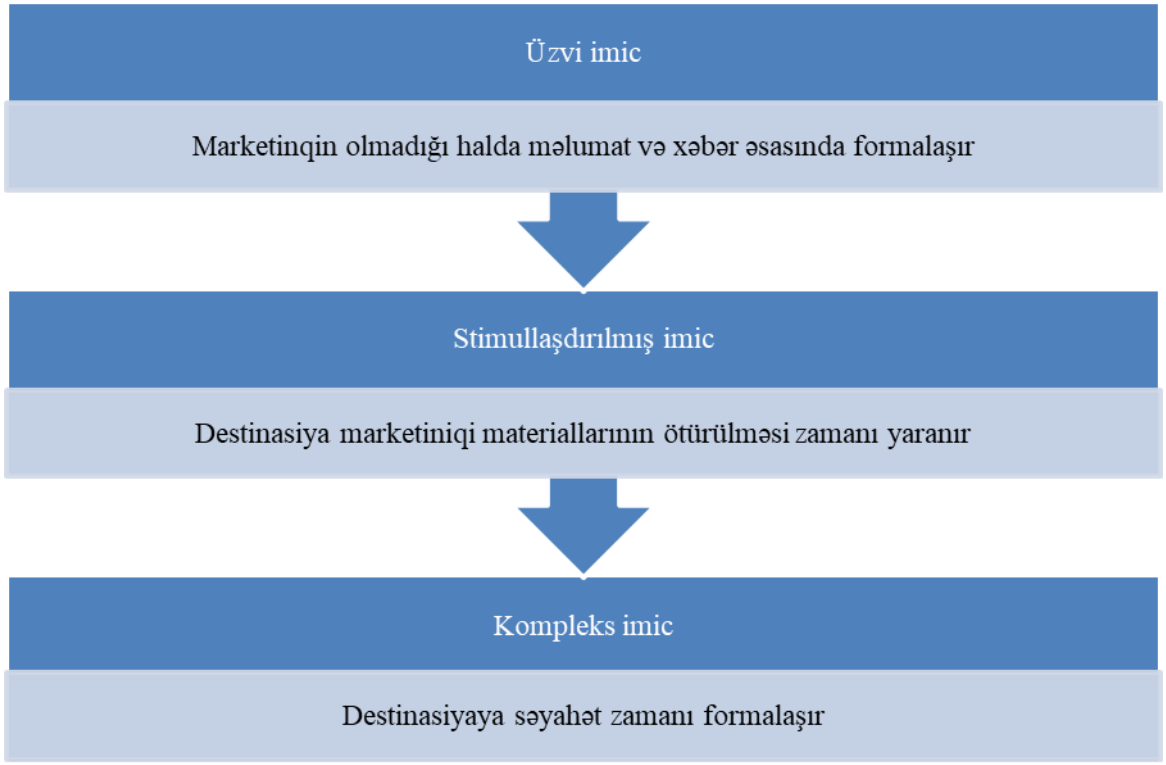
Mənbə: Altun İ. Z., 2016: s.47 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Destinasiya marketinq elementi kimi qeyd ediləcək ilk elementlərdən biri də imicdir. Destinatsiya imici bir şəxsin və ya qrupun müəyyən bir yer haqqında sahib olduğu bütün biliklərin, təəssüratların, qərəzlərin və emosional düşüncələrin ifadəsidir (Ozdemir G., 2014: s.131). Başqa sözlə, destinasiya obrazı həmin destinasiya haqqında bilik deyil, turistlərin həmin destinasiya haqqında qavrayışı, hissləri və düşüncələridir. Turizm məhsulunun xüsusiyyətinə görə satın alınmazdan əvvəl onu görmək və ya yaşamaq mümkün olmadığı üçün turizm məhsulunun satışında təsirli olan ilk amil imicdir. Bundan əlavə, təbiət, insan, iqtisadiyyat və siyasət kimi turizm məhsuluna təsir edən bir çox amillərin olması mürəkkəb struktur yaradır və bu, planlaşdırma proseslərinin həyata keçirilməsində çətinlikləri göstərir. Ona görə də buradan başa düşülür ki, turizm məhsulu üçün yaradılacaq imici nə qədər incə planlaşdırılmalıdır. Çünki turistlər destinasiya haqqında əldə etdikləri biliklərin əks olunması nəticəsində satın alma qərarlarını verirlər.

Destinasiya rəhbərliyi cari imicini ölçməyə, arzulanan imicini müəyyənləşdirməyə və arzulanan imicini bazarda və istehlakçıların şüurunda hakim hala gətirmək üçün tədbirlər görməyə çalışır (Turkay O., 2014: s.211). Hər bir təyinat yerinin özünəməxsus xüsusiyyətlərinə görə, hər bir təyinat yeri üçün xüsusi təsvir araşdırması aparılmalı və dəyişən şərtlərə uyğun olaraq yenilənməlidir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Sxem 8. Destinasiya imicinin formalaşma üsulları


Üzvi imic
Marketinqin olmadığı halda məlumat və xəbər əsasında formalaşır
Stimullaşdırılmış imic
Destinasiya marketiniqi materiallarının ötürülməsi zamanı yaranır
Kompleks imic
Destinasiyaya səyahət zamanı formalaşır

Mənbə: Altun İ. Z., 2016: s.48 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb

Nəticə

Turizm məhsulu qeyri-maddi və bir-birinə bənzədiyindən destinasiyalar arasında rəqabət şəkillər vasitəsilə baş verir. Buradan başa düşə bilərik ki, imic bir təyinat üçün mühüm marketinq elementidir. Təsvirin formalaşmasını üç qrupda qruplaşdıra bilərik: bilik səviyyəsi, həyata keçirilən mühakimələr və təklif olunan imkanlar və xidmətlər. Sözügedən marketinq məhsulu haqqında fərdin bilik səviyyəsi təbii yolla və ya həmin məhsula müdaxilə nəticəsində əldə edilən məlumatlardan ibarətdir. Nəticə etibarı ilə həmin məhsula qarşı formalaşan mühakimə və məhsul təcrübəsi nəticəsində əldə edilən mühakimənin qavranılması və emosional əks olunması həmin məhsulun şəxsiyyətdə imicini yaradır. Bu nöqtədə destinasiya marketinqi prosesində imic tədqiqatları aparıla və fərdlər istədikləri istiqamətdə imic yarada bilərlər. Ancaq unudulmaması lazım olan bir məqam da odur ki, aparılan imic araşdırmaları ilə yanaşı, obrazın şəxsiyyət və maraqları da fərdlərin təsirinə məruz qalır.

ƏDƏBİYYAT

1. Memmedov E.Q. “Azerbaycanda turizm bazarının formalashması və idare olunmasının regional xususiyyetleri”, Bakı, 2013
2. Shirinli B. “Regional turizm bazarının marketinq teminatı və onun tekmilləshdirilmesi istiqametleri”, magistr dissertasiyası, Azerbaycan Dövlət İqtisad Universiteti. Bakı, 2018

3. Xeyirxeberov İ.M. “Marketinq tedqiqatları”. Bakı, 2015
4. Altun İ. Z. **“**Turizm destinasyonları için pazarlama stratejileri: Dogu Karadeniz bölgesinde destinasyon pazarlama stratejileri uzerine bir uygulama”, Karadeniz Teknik Universitesi, Sosyal Bilimler Enstitusu, İshletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilimdalı, Bakı, 2016
5. Chalık, Metin ve diğerleri. “Butunleshik Pazarlama İletishimi, Marka Performansı ve Pazar Performansı İlishkisinin İncelenmesi”, Uluslararası Yonetim İktisat ve İshletme Dergisi. Bakı, 2013
6. Ozdemir, Gokche. Destinasyon Yonetimi ve Pazarlaması. Ankara, 2014
7. Uner T. “Toplumsak pazarlama kavramı ve olchek gelishtirme chalıshması: Turizm sektoru uygulaması”, Gazi Universitesi. İstanbul, 2019
8. Timur A. “Turistik urun bakımından destinasyon planlaması ve pazarlaması kapsamında İzmir turizminin degerlendirilmesi ve gelishtirilmesine yonelik bir model chalıshması”, Doktora tezi, Dokuz Eylül Universitesi. İstanbul, 2011
9. Turkay O. Destinasyon Yonetimi. Ankara, 2014.
10. Kesic T., Pavlic İ. “Tourism Destination Image Formation – The Case Of Dubrovnik, Croatia” UDK 338.483:659.4>(497.5 Dubrovnik), 2011
11. Saji B. S. “Selection of Tourism Destination as a Representation of Human Values”, Business Perspectives and Research. London, 2015

ВЛИЯНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И СОЗДАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Эльшан Мамедов[1], Ильгара Магеррамова[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет
[1]Доктор философии по экономике, доцент
[2]Магистрант, ilqare.meherremova@mail.ru

РЕЗЮМЕ

В то время как туризм-это деятельность, которую одна сторона выполняет в коммерческих целях с целью получения дохода, другая сторона-это использование и потребление деятельности, в которой нуждается человеческий дух, например, развлечения, отдых, посещение новых мест, путешествия. Все учреждения, участвующие в процессе маркетинга туристического направления, имеют некоторые общие обязательства. Прежде всего, необходимо, чтобы эти учреждения участвовали в маркетинговой деятельности региона, определяемого как место назначения. Кроме того, существуют общие области ответственности, такие как соблюдение и контроль стандартов обслуживания и качества, содействие скоординированной работе всей индустрии туризма, поддержание и улучшение отношений с местным населением, а также обеспечение участия местного населения. При всем этом необходимо подчеркнуть фирменный стиль и отличительные черты направления.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Маркетинг играет неоценимую роль в формировании любой страны, любого региона этой страны или определенной территории в качестве туристического направления. Маркетинговые инструменты рассматриваются как важный элемент и в формировании регионального туристского рынка. Процесс маркетинга в туризме начинается с определения потребностей и ожиданий клиентов. Особенно в этом процессе очень важны демографические характеристики клиентов, какими видами деятельности они могут быть довольны, примерная финансовая стоимость услуги, сколько они могут себе позволить, их культурные структуры для формирования маркетингового комплекса туристов. Второй этап-разработка товаров и услуг. Важный момент здесь-не ошибиться с первого шага. Если профиль клиента изучен должным образом, ему может быть предоставлен соответствующий сервис, и в его разработке не будет недостатков. Третий этап-продвижение товаров и услуг. Правильный продукт должен быть представлен по правильной цене, в правильных каналах сбыта, с правильными инструментами продвижения. Заключительным этапом маркетингового процесса является процесс мониторинга, обзора и оценки.

Статья посвящена формированию территориального маркетинга в туризме. В исследовании отмечена роль и значение маркетинга в формировании регионального туристского рынка, выделены направления проведения маркетинговых исследований в создании туристских направлений.

Ключевые слова: туристический рынок, имидж дестинации, региональный маркетинг, региональный туризм, элементы дестинации

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-198

E-ISSN: 2674-5224
213-225 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

LEGAL BASIS AND ANALYSIS OF INSURANCE BUSINESS ORGANIZATION IN AZERBAIJAN

Mustafa Abbasbeyli[1], Kamran Huseynzade[2]
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2]Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of philosophy in laws, mustafaabbasbeyli@mail.ru
[2]Master student, kamranhuseynzade5@gmail.com

ABSRACT

Insurance is a special type of economic relationship aimed at obtaining insurance protection as a result of various types of threats. These relations arise between two subjects of activity - the insurer and the insured. The first acts as a provider of insurance protection. The second one pays insurance premiums and thereby creates an insurance fund for the insurer, from which it makes compensation payments.

In today's conditions of rapid development of business, technology, social changes, complicated financial relations, the issues of property protection are of special importance for both individuals and legal entities. The importance of the insurance institution is increasing, the market of products and services offered by insurers is expanding, and the economic essence of insurance is deepening. The role of the sphere of financial relations, such as insurance, is considered in modern conditions, due to the rapid increase in the danger of harmful consequences of various negative factors related to the development of scientific and technical progress and the increase in the risk of loss related to conducting business. Protecting the interests of business representatives increases significantly. In the stage of modern development of market relations, in addition to the traditional purpose of insurance, individuals are becoming more and more the object of insurance to ensure the protection of property interests of the insured from natural disasters, accidental technological and environmental events, and compensation for damage caused to the insured's person or property.

As in all countries with a market economy, insurance in the Republic of Azerbaijan is under state control. The main elements of the market-based insurance system are the legislative framework for insurance activity, state control over the activities of insurance companies and insurance intermediaries, and regulatory measures in relation to foreign insurers in the domestic market.

But in general, the situation in the car insurance market is uncertain. This is due to the change in the exchange rate of the manat, which led to an increase in the prices of imported cars and their spare parts. There is stagnation in the car market, the demand for cars is decreasing. In the primary market, this is due to the increase in prices. In the secondary market, however, chaos reigns, because there is no understanding of how prices are formed. That is, they often sell the old car to buy a new one, and now people just don't know how much to sell it for. Car insurance premiums go down accordingly.

In the meantime, certain progress is being observed in the field of health insurance. It is true that voluntary and compulsory medical insurance already operates in Azerbaijan. It is difficult to estimate the social importance of health insurance for the population. Recent years have been marked by the implementation of specific measures related to the introduction of compulsory health insurance for the insurance market. Since 2018, a pilot project on compulsory health insurance has been implemented.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

According to experts, it is now necessary to develop new packages of anti-crisis services, which are already in demand among corporate clients trying to save money on, for example, employee insurance, to ensure further market growth. In addition, comprehensive measures are needed. Documentation, complicated payment processes and their agreement between the insurer and the customer, and many other problems hinder the development of the market. In other words, the insurance market should improve its efficiency.
The article is devoted to the analysis and evaluation of the current situation of the insurance market in Azerbaijan. The study provided information on the legal framework for the organization and regulation of insurance business, and analyzed the current state of the insurance market in Azerbaijan. In the conducted analyses, the main directions and features of the development of insurance products were determined, the efficiency of strategies related to insurance business abroad and in the country were evaluated and the principles were studied.
Keywords: insurance, insurer, license, reinsurance, insurance companies.

AZƏRBAYCANDA SIĞORTA İŞİNİN TƏŞKİLİNİN HÜQUQİ ƏSASLARI VƏ TƏHLİLİ

Mustafa Abbasbəyli[1], Kamran Hüseynzadə[2]
[1,2] "İqtisadiyyat və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]Hüquq üzrə fəlsəfə doktoru, mustafaabbasbeyli@mail.ru
[2]Magistr tələbəsi, kamranhuseynzade5@gmail.com

XÜLASƏ

Sığorta - müxtəlif növ təhlükələr nəticəsində sığorta müdafiəsi əldə etməyə yönəlmiş iqtisadi münasibətlərin xüsusi növüdür. Bu münasibətlər iki fəaliyyət subyekti - sığortaçı və sığortalı arasında yaranır. Birincisi sığorta mühafizəsinin təminatçısı kimi çıxış edir. İkincisi isə sığorta haqlarını ödəyir və bununla da sığortaçı üçün sığorta fondu yaradır, ondan kompensasiya ödənişləri həyata keçirir.
Biznesin, texnologiyanın sürətli inkişafı, sosial dəyişikliklər, maliyyə münasibətlərinin mürəkkəbləşdiyi müasir şəraitdə mülkiyyətin qorunması məsələləri həm fiziki, həm də hüquqi şəxslər üçün xüsusi aktuallıq kəsb edir. Sığorta institutunun əhəmiyyəti artır, sığortaçıların təklif etdiyi məhsul və xidmətlər bazarı genişlənir, sığortanın iqtisadi mahiyyəti dərinləşir. Elmi-texniki tərəqqinin inkişafı ilə bağlı müxtəlif mənfi amillərin zərərli nəticələrinin təhlükəsinin sürətlə artması və biznesin aparılması ilə bağlı itki riskinin artması müasir şəraitdə sığorta kimi maliyyə münasibətləri sferasının rolu nəzərdə tutulmuşdur. Biznes nümayəndələrinin maraqlarını qorumaq, əhəmiyyətli dərəcədə artır. Bazar münasibətlərinin müasir inkişafı mərhələsində sığortanın ənənəvi məqsədi ilə yanaşı, sığortalıların təbii fəlakətlərdən, təsadüfi texnoloji və ekoloji hadisələrdən, sığortalının şəxsi və ya əmlakına vurduğu zərərin ödənilməsi ilə bağlı əmlak maraqlarının qorunmasını təmin etmək üçün şəxslər getdikcə daha çox sığorta obyektinə çevrilirlər.
Bazar iqtisadiyyatı olan bütün ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında da sığorta dövlət nəzarətindədir. Bazar əsaslı sığorta sisteminin əsas elementləri sığorta fəaliyyəti üçün qanunvericilik bazası, sığorta şirkətlərinin və sığorta vasitəçilərinin fəaliyyətinə dövlət nəzarəti və daxili bazarda xarici sığortaçılara münasibətdə tənzimləyici tədbirlərdir.
Məqalə Azərbaycanda sığorta bazarının mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda sığorta işinin təşkili və tənzimlənməsinin qanunvericilik bazası barədə məlumat verilmiş, Azərbaycanda sığorta bazarının müasir vəziyyəti təhlil edilmişdir. Aparılan

təhlillərdə sığorta məhsullarının inkişafının əsas istiqamətləri və xüsusiyyətləri müəyyən olunmuş, xaricdə və ölkədə sığorta işi ilə bağlı strategiyaların səmərəliliyi qiymətləndirilmiş və prinsipləri öyrənilmişdir.
Açar sözlər: sığorta, sığortaçı, lisenziya, təkrarsığorta, sığorta şirkətləri.

Giriş

Sığorta - sığorta fəaliyyətini həyata keçirmək üçün verilmiş lisenziya əsasında həyata keçirilən, sığortaçı tərəfindən sığorta risklərinin qəbulu, yerləşdirilməsi və ya bölüşdürülməsi üzrə sığorta müqavilələrinin bağlanması və icrası ilə bağlı fəaliyyət növüdür. Ümumiyyətlə, sığorta qanunvericiliyi müxtəlif hüquqi qüvvəyə malik olan, qanunlara və dövlət səviyyəli digər aktlara, habelə idarə normativ aktlarına əsaslanan mürəkkəb hüquqi sənədlər sistemidir. Sığorta qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi və onun tətbiqi sığorta təsərrüfat subyektlərinin etibarlılığının təmin edilməsi, habelə sığortalıların və sığortaolunanların hüquqlarının müdafiəsi üçün məcburi şərtdir.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığortanın mövcud vəziyyətini təhlil etmək, bu işdə dövlət tərəfindən verilən qanunlara nəzər salmaq, sığorta işinin təşkilinin hüquqi müstəvidə dövlət tənzimlənməsini diqqətə çatdırmaq, icbari sığortanın fəaliyyət istiqaməti haqqında məlumat verməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Sığorta vasitəsilə insan özünün ən vacib ehtiyaclarından birini, təhlükəsizlik ehtiyacını həyata keçirir. Bu baxımdan maliyyə bazarının sığorta bazarı kimi seqmentinin inkişafı xüsusi aktuallıq kəsb edir.

Metodlar

Tədqiqat zamanı bir sıra metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə,analiz, sintez və məntiqi araşdırma metodlarının köməyi ilə məlumatlar əldə edilərək, tədqiqat üçün lazımi qaydada sistemləşdirilmişdir. Analiz və məntiqi araşdırma metodlarının köməyi ilə sığorta işinin tənzimlənməsi yolları və sığorta bazarı müzakirə olunmuşdur. Azərbaycanda sığorta bazarının müasir vəziyyəti statistik və müqayisəli tədqiqat metodları ilə təhlil edilmişdir. Araşdırma aparılarkən mövcud normativ hüquqi aktlardan, statistik məlumatlardan, dövlət proqramlarına dair məlumatlardan istifadə olunmuşdur.

Sığorta - sığortaçıların ödənilmiş sığorta haqlarından (sığorta) formalaşdırdıqları vəsaitlər hesabına müəyyən sığorta hadisələri baş verdikdə fiziki və hüquqi şəxslərin, təsis qurumlarının və bələdiyyələrin mənafelərinin müdafiəsi, habelə sığortaçıların digər vəsaitləri hesabına üzrə münasibətlərdir (A.Çıqanov, D.Brızqalov, 2018: c.111). Hər il bir çox insanlar əmlakını (avtomobil, mənzil), həyatını, sağlamlığını və s. sığortalamaq zərurəti ilə üzləşirlər. Bazar subyektləri (təşkilatlar, müəssisələr, idarələr), habelə fiziki şəxslər sığorta məhsullarından maliyyə, kommersiya, istehsal və digər risklər sahəsində səmərəli və sərfəli sığorta təminatını tələb edirlər. Belə ki, dövlət idarəçiliyi səviyyəsində istehlakçıların adekvat sığorta məhsulları ilə təmin edilməsinə, onların mənafelərinin qorunmasına və effektiv sığorta bazarının formalaşdırılmasına yönəlmiş normativ hüquqi aktlar kompleksinin hazırlanması və təsdiqi zəruridir. Dövlətin əsas vəzifəsi sığorta təşkilatlarının ödəmə qabiliyyətinə nəzarət etmək və onların öhdəliklərinin yerinə yetirilməməsi hallarının qarşısını almaqdır.

A.Çıqanov və D.Brızqalov qeyd edilər ki, sığorta fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi aşağıdakı kimi həyata keçirilir:
- məsul orqanlar tərəfindən təmsil olunan dövlət hüquq siyasətini hazırlayır və həyata keçirir;
- sığortanı vətəndaşlar arasında həvəsləndirmək və populyarlaşdırmaqla sığorta bazarının inkişafını təmin edir;
- sığorta bazarı subyektləri üçün kifayət qədər loyal vergi siyasəti aparır;
- sığorta bazarında rəqabətin inkişafı üçün şərait təmin edir (A.Çıqanov və D.Brızqalov, 2018: c.113)

Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli Qanunu sığorta sisteminin inkişafının əsas istiqamətlərini və prinsiplərini, sığorta bazarının peşəkar iştirakçılarının, o cümlədən sığortaçıların, təkrarsığortaçıların, sığorta vasitəçilərinin fəaliyyətini, habelə tənzimləmə və nəzarətin hüquqi və iqtisadi əsaslarını müəyyən edir. Azərbaycan Respublikasının sığorta qanunvericiliyi Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsindən, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Qanundan və onun əsasında qəbul edilən normativ hüquqi aktlardan, icbari sığorta qanunlarından, digər normativ hüquqi aktlardan və ölkəmizin tərəfdar çıxdığı dövlətlərarası beynəlxalq müqavilələrdən ibarətdir (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.4).

Bu Qanuna müvafiq olaraq, sığorta sirri aşağıdakılar hesab olunur:
1. sığortalının və ya faydalanan şəxsin adı, ünvanı və digər şəxsi məlumatları;
2. sığorta məbləği və ya hər hansı sığorta müqaviləsi üzrə geri qaytarılan məbləğ;
3. hər hansı sığorta müqaviləsi üzrə ödənilmiş və ya ödənilməmiş sığorta haqqı;
4. hüquqi şəxs olan sığortalının və ya faydalanan şəxsin kommersiya sirri;
5. sığortalının və ya faydalanan şəxsin ailə həyatı, o cümlədən sağlamlığı və əmlakı ilə bağlı məlumatlar (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.5).

Bu Qanun üzrə sığortaçının hüquqi statusu aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:
1. Azərbaycan Respublikasının ərazisində sığorta və təkrarsığorta fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün bu Qanuna uyğun olaraq müvafiq lisenziya alınmalıdır.
2. Azərbaycan Respublikasının ərazisində hər hansı sığorta növünü həyata keçirmək üçün sığortaçı maliyyə bazarlarına nəzarət orqanından müvafiq icazə almalıdır.
3. Bu Qanunun 7.1-ci və 7.2-ci maddələrinin tələblərinə əməl etməyən şəxslər Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsində və Azərbaycan Respublikasının İnzibati Xətalar Məcəlləsində nəzərdə tutulmuş hallarda məsuliyyət daşıyırlar.
4. Sığortaçı sosial əhəmiyyətli qurum olan, öz fəaliyyətini bu Qanuna, Azərbaycan Respublikasının digər normativ hüquqi aktlarına və nizamnaməsinə uyğun həyata keçirən kommersiya təşkilatıdır.
5. Kommersiya təşkilatı olan hüquqi şəxs olan sığortaçı yalnız açıq səhmdar cəmiyyətinin təşkilati-hüquqi formasında fəaliyyət göstərə bilər (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.7).

"Sığorta fəaliyyəti haqqında" Qanuna əsasən sığortaçı və təkrarsığortaçı əsas fəaliyyətlərindən əlavə olaraq, yalnız aşağıda qeyd olunan fəaliyyət növləri ilə məşğul ola bilərlər:
1. mütəxəssislərin ixtisasının artırılması məqsədilə sığorta bazarının peşəkar iştirakçıları üçün təlimlərin təşkili və keçirilməsi;

2. müxtəlif növ informasiya daşıyıcılarında sığorta və əlaqəli fəaliyyətlərə dair ixtisaslaşdırılmış ədəbiyyatın hazırlanması və satışı;
3. informasiya texnologiyaları əsasında sığorta ilə bağlı xüsusi proqram təminatının hazırlanması və satışı;
4. sığorta məsələləri, o cümlədən itkilərin qarşısının alınması üzrə məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi;
5. müştərilərin sənədlərinin, habelə itkilərin tənzimlənməsi üzrə hüquqi ekspertizası;
6. sığorta risklərinin qiymətləndirilməsi, sığorta hadisələrinin araşdırılması, habelə itkilərin tənzimlənməsində hüquqi, texniki və təşkilati yardımın göstərilməsi (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.9).

Sığorta və təkrar sığorta fəaliyyətini həyata keçirmək üçün lisenziyanın verilməsi, lisenziyanın müvəqqəti dayandırılması, məhdudlaşdırılması və ləğv edilməsi Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı tərəfindən həyata keçirilir. Yeni yaradılmış açıq səhmdar cəmiyyətinin sığorta və ya təkrarsığorta fəaliyyətini həyata keçirmək üçün lisenziya 5 il müddətinə, lisenziya almaq üçün müraciət etmiş sığortaçılara isə "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunun 57.1-ci maddəsinə uyğun olaraq sığorta və ya təkrarsığorta fəaliyyətini həyata keçirmək üçün lisenziya qeyri-məhdud müddətə verilir (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.27).

Sığortaçı kimi yaradılmış açıq səhmdar cəmiyyətinin təsisçiləri və ya səhmdarları lisenziya almaq üçün ilk dəfə müraciət etdikdə bu Qanunun 19-cu maddəsinin tələblərinə əməl olunmasını təsdiq edən sənədlərlə yanaşı, aşağı qeyd olunan sənədləri də təqdim etməlidirlər:
1. bu Qanuna uyğun olaraq sığortaçı kimi yaradılmış açıq səhmdar cəmiyyətinin adı və ünvanı göstərilməklə lisenziyanın verilməsi haqqında yazılı ərizə;
2. açıq səhmdar cəmiyyətinin nizamnaməsinin notariat qaydasında təsdiq edilmiş surəti, birdən çox təsisçisi olduqda isə təsis müqaviləsinin müvafiq qaydada təsdiq edilmiş surəti;
3. hüquqi şəxs olan təsisçilər, o cümlədən belə təsisçilər haqqında məlumatlar:
3.1. hüquqi şəxs kimi dövlət qeydiyyatı haqqında şəhadətnamənin notariat qaydasında və ya "İnzibati icraat haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 9-cu maddəsi ilə müəyyən edilmiş qaydada təsdiq edilmiş surəti;
3.2. təsis sənədlərinin notariat qaydasında və ya "İnzibati icraat haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 9-cu maddəsi ilə müəyyən edilmiş qaydada təsdiq edilmiş surəti;
3.3. müstəqil auditor tərəfindən son üç maliyyə ili və fəaliyyət göstərdiyi bütün dövr üzrə, o cümlədən balans hesabatları, sənədlərin təqdim olunduğu tarixdən, əgər 3 ildən az müddətdə fəaliyyət göstərmişsə, təsdiq edilmiş maliyyə hesabatları;
3.4. onun səlahiyyətli idarəetmə orqanının təklif olunan iştirak payının əldə edilməsi haqqında qərarının müvafiq qaydada təsdiq edilmiş surəti;
4. təsisçilərin - fiziki şəxslərin şəxsiyyət vəsiqələrinin məlumatları, onların daimi yaşayış yerini, iş yerini (iş növünü) göstərən məlumat və sənədlər, səhmlərin alınması üçün kifayət qədər vəsaitinin olmasını təsdiq edən sənədlər;
5. şəxsin təsisçilər adından ərizə vermək səlahiyyətini təsdiq edən müvafiq qaydada təsdiq edilmiş sənəd;
6. təsisçilərin digər hüquqi şəxslərdə əhəmiyyətli payları haqqında məlumatlar, habelə hər bir təsisçi-hüquqi şəxs üçün onun nizamnamə kapitalında digər şəxslərin iştirakının əhəmiyyətli payları haqqında məlumatlar;
7. ən azı növbəti 3 il üçün aşağıdakı məlumatları özündə əks etdirən biznes planı:

7.1. təşkilati tədbirlər planı və bu məqsədlər üçün ayrılmış vəsaitin məbləği;
7.2. fəaliyyətin ilkin mərhələsi üçün nəzərdə tutulan vəsaitin məbləği;
7.3. sığorta risklərinin növləri və üzərinə götürülmüş öhdəliklər;
7.4. marketinq planı, gələcək müştəri bazasının və ehtimal olunan müştəri qruplarının təsviri;
7.5. təkrarsığorta siyasətinin və təkrarsığorta proqramının prinsipləri;
7.6. yaradılmış sığortaçının maliyyə nəticələrinin proqnozu;
7.7. auditi aparacaq müstəqil auditor haqqında məlumat;
7.8. biznesin inkişafı planını əks etdirən gəlir və xərclər şəklində ödəmə qabiliyyətini artıran sadələşdirilmiş balans nümunəsi, əməliyyatların həcmi və strukturu, sığorta haqları, komissiyalar, əməliyyat xərcləri, sığorta ödənişləri, investisiya gəlirləri və vergilər proqnoz rəqəmləri ilə ifadə edilir.
7.9. istifadə ediləcək inzibati binanın, kompüter və telekommunikasiya sistemlərinin, elektron mühasibat uçotunun və digər kompüter proqramlarının təsviri;
7.10. daxili nəzarət mexanizmlərinin təsviri;
8. rəhbər vəzifələrə təyin ediləcək şəxslərin siyahısı və onların vətəndaşlıq toxunulmazlığı haqqında notariat qaydasında təsdiq edilmiş arayışı (Azərbaycan Respublikasının "Sığorta fəaliyyəti haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarixli, 519-IIIQ №-li Qanunu: s.28-29).
Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarixli Qanunu daşınmaz əmlakın icbari sığortası, avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası, daşınmaz əmlakın istismarı ilə bağlı mülki məsuliyyətin icbari sığortası və icbari sığorta sahəsində sığortaedənlər, sığortalılar və faydalananlar arasında hüquqi və iqtisadi münasibətləri tənzimləyir (Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarixli, 165-IVQ №-li Qanunu: s.1). Azərbaycan Respublikasında sərnişinlərin və onların bədbəxt hadisələrdən fərdi sığortası Azərbaycan Respublikasının hüquq və mənafelərini qorumaq məqsədi ilə bu icbari sığorta növlərinin həyata keçirilməsinin ümumi prinsiplərini, habelə sığortanın həyata keçirilməsi qaydalarını və şərtlərini müəyyən edir. Bu qanunvericilik Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsindən, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunundan, bu Qanundan, Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı dövlətlərarası beynəlxalq müqavilələrdən və digər normativ hüquqi aktlardan ibarətdir (Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarixli, 165-IVQ №-li Qanunu: s.1).
Bu Qanunla nəzərdə tutulmuş icbari sığortanın əsas prinsipləri bunlardır:
1. İcbari sığorta müvafiq sığorta növü üzrə sığortaolunan marağı olan hər kəsə şamil edilir və məcburidir;
2. Sığorta hadisələri nəticəsində sağlamlığına və (və ya) əmlakına zərər dəymiş şəxslərin bu Qanunla müəyyən olunmuş miqdarda və qaydada mühafizəsinin təmin edilməsi;
3. Sığorta hadisələri ilə nəticələnən halların qarşısının alınmasının stimullaşdırılması;
4. Sığorta hadisələrinin nəticələrinin aradan qaldırılması, habelə sığorta ödənişlərinin bu məqsədlər üçün istifadəsinin təmin edilməsi;
5. Çoxsaylı maliyyə təminatı mexanizmi vasitəsilə sığorta əməliyyatlarının maliyyə dayanıqlığının təmin edilməsi;
6. Bu Qanunla nəzərdə tutulmuş icbari sığorta növləri üzrə əməliyyatların aparılmasına vahid metodiki yanaşmanın təmin edilməsi (Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarixli, 165-IVQ №-li Qanunu: s.2).

"İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 iyul 2010-cu il tarixli Fərmanının 1.4-cü bəndinin icrası ilə əlaqədar Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti Qərarına əsasən stehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta tarifləri peşə riskinin dərəcəsindən və sığorta olunanların kateqoriyalarından asılı olaraq fərqləndirilməklə aşağıdakı kimi müəyyən olunmuşdur:

Cədvəl 1: Bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta tarifləri peşə riskinin dərəcəsindən və sığorta olunanların kateqoriyalarış

Peşə riskinin dərəcəsi	**Sığorta olunanların kateqoriyaları üzrə sığorta tarifi (faizlə)**	
	qulluçular	**fəhlələr**
1	0,2	0,4
2	0,2	0,5
3	0,2	0,6
4	0,2	0,8
5	0,2	0,9
6	0,3	1,0
7	0,3	1,2
8	0,3	1,4
9	0,4	1,5
10	0,4	1,6
11	0,4	1,7
12	0,5	1,8
13	0,5	1,9
14	0,5	2,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin "İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta tariflərinin müəyyən edilməsi haqqında" 5 noyabr 2010-cu il tarixli, 20 №-li Qərarı, s.11.

İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta dərəcələrinin müəyyən edilməsində istifadə olunan sığortaolunanların iş yerində yerinə yetirdikləri əmək funksiyalarının xarakterinə görə kateqoriyalara bölünməsi Nazirlər Kabinetinin Azərbaycan Respublikasının 29 oktyabr 2010-cu il tarixli, 192 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilib. "İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətini itirdikdə icbari sığortaya cəlb olunan şəxslərin istehsalatda yerinə yetirdiyi əmək funksiyalarının xarakterinə görə kateqoriyalara bölünməsi Qaydası" ilə tənzimlənir (Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin "İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta tariflərinin müəyyən edilməsi haqqında" 5 noyabr 2010-cu il tarixli, 20 №-li Qərarı: s.4).
Sığorta dedikdə, mənfi iqtisadi meyillərin tənzimlənməsinə töhfə verən bazar iqtisadiyyatının xüsusi aləti, yerli sənayenin inkişafına real kapital yatıra bilən potensial investor kimi də başa düşülür. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığorta bazarının kateqoriyası insan həyatının bir çox aspektlərinə təsir göstərdiyi üçün ən mühümlərdən biridir (M.Eling, M.Lehmann, 2018: p.387).

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Müasir iqtisad elmi "sığorta bazarı" anlayışının vahid, ümumi qəbul edilmiş şərhini verməmişdir. Bu kateqoriyanın mahiyyətini öyrənmək üçün onun daha dərindən dərk edilməsini formalaşdırmaq lazımdır. 2022-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sığorta şirkətindən 7-nin ödənişləri azalıb, 12-nin isə ödənişləri illik müqayisədə artıb. Birinci yerdə sığorta ödənişi artan şirkətlər arasında "Aqrar Sığorta" şirkəti (13 dəfə) durur. Ən çox azalan şirkət (ödənişləri illik müqayisədə) "Dövlət Sığorta Kommersiya" şirkətində (66%) qeydə alınıb. Meqa Həyat Sığorta ötən il ödəniş etmədiyindən müqayisə etmək mümkün olmayıb (https://banker.az/az%C9%99rbaycanin-12-sigorta-sirk%C9%99tininod%C9% 99nisl%C9%99ri-artib-siyahi/).

Cədvəl 2. 2022-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin ödənişlərinin illik müqayisəsi.

Sığortaçının adı	Sığorta ödənişləri (2022-ci il yanvar-sentyabr), min manat	Sığorta ödənişləri (2021-ci il yanvar-sentyabr), min manat	İllik fərq
A-Qroup Sığorta Şirkəti	9,627	8,338	15%
AtaSığorta	4,614	6,556	-30%
Atəşgah Həyat Sığorta Şirkəti	17,114	24,561	-30%
Atəşgah Sığorta Şirkəti	10,530	7,793	35%
Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	16,669	49,037	-66%
Azərbaycan Sənaye Sığorta	3,536	3,144	12%
AzSığorta	6,631	5,751	15%
Bakı Sığorta	1,947	688	3 dəfə
Günay Sığorta	3,104	3,003	3%
İpək Yolu Sığorta	141	1,496	-91%
Meqa Sığorta	4,811	3,715	30%
Naxçıvan sığorta	401	285	41%
Paşa Həyat Sığorta	159,442	178,248	-11%
Paşa Sığorta	53,466	58,449	-9%
Qala Həyat Sığorta Şirkəti	1,703	2,254	-24%
Qala Sığorta	4,330	4,006	8%
Xalq Həyat Sığorta Şirkəti	334	89	4 dəfə
Xalq Sığorta	19,660	16,037	23%
Aqrar Sığorta	550	43	13 dəfə
Meqa Həyat Sığorta	3	–	–

Mənbə: https://banker.az/az%C9%99rbaycanin-12-sigorta-sirk%C9%99tinin-od%C9%99nisl%C9%99ri-artib-siyahi/

Mövcud əlverişsiz şəraitdə menecerlər diqqətlərini sığorta şirkətlərinin rentabelliyinin saxlanmasına, əsasən müxtəlif xərc maddələrinin azaldılmasına, o cümlədən portfelin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəldiblər: onu artırmaqdan, xüsusən də açıq-aşkar zərərli sahələr və regionlarda çəkinirlər. Azərbaycan sığorta bazarı ikiəqəmli artım templərini saxlamaqda davam edib. 2021 və 2022-ci ilin I rübü üzrə ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən sığortaçıların (təkrarsığortaçıların) və hüquqi şəxs sığorta brokerlərinin mülkiyyət növləri üzrə sayı aşağıdakı cədvəldə qeyd olunmuşdur.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Cədvəl 3. Ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən sığortaçıların (təkrarsığortaçıların) və hüquqi şəxs sığorta brokerlərinin mülkiyyət növləri üzrə sayı, vahid.

	01.04.2022-ci il tarixinə	01.04.2021-ci il tarixinə	əvvəlki ilə nisbətən, faizlə
Cəmi	33	32	103,1
ondan:			
qeyri-dövlət mülkiyyəti	32	31	103,2
xüsusi mülkiyyət	25	24	104,2
xarici mülkiyyət	2	2	100,0
birgə (xarici qarışıq) mülkiyyət	5	5	100,0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin "Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas göstəriciləri" (2022-ci ilin yanvar-mart ayları): s.10.

2018-ci ildə "İcbari sığortalar haqqında" Qanuna bədbəxt hadisə zamanı birbaşa hesablaşmanın tətbiqini nəzərdə tutan dəyişikliklər təsdiq edilib. Bunun mənası nədi? İndiyədək qəza baş verdikdə zərərçəkən ödənişləri qəzaya görə məsuliyyət daşıyan sığorta şirkətinə müraciət etmək məcburiyyətində qalırdı. Lakin qanuna edilən dəyişikliklərdən sonra zərərçəkmiş sığorta şirkətindən ödənişləri ala biləcəkdir. Təbii ki, burada bəzi nüanslar var: birincisi, bu, yalnız avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin məsuliyyətinin icbari sığortasına (OSAGO) aiddir, ikincisi, birbaşa hesablaşma qəzanın hər iki tərəfi üçün sığortanın olmasını nəzərdə tutur. Bununla belə, bu yenilik sığorta ödənişlərinin alınmasını xeyli asanlaşdıracaq. Çünki sığortalı öz məsuliyyətini sığortalayarkən bədbəxt hadisə zamanı sığorta təminatı üçün kimə müraciət edəcəyini əvvəlcədən biləcəkdir (Adam F.F., Hikmah Y, 2020: s.35).
Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" Qanununa edilən dəyişikliyə əsasən, icbari sığorta növləri üzrə müqavilələrin bağlanması və hesablaşmalar onlayn rejimdə həyata keçiriləcək (Azərbaycan Respublikasının "İcbari sığortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarixli, 165-IVQ №-li Qanunu: s.31). Bu, sığorta şirkətləri ilə vasitəçilər arasında hesablaşmalarda saxtakarlığın qarşısını almağa kömək edəcək. Müqavilənin internet vasitəsilə bağlanması sığorta şirkətlərinin xərclərini azaldır və bununla da öz məhsullarını daha ucuz qiymətə təqdim etmək imkanı yaradır. 2022-ci ilin I rübü ilə 2021-ci ilin sığorta (təkrarsığorta) təşkilatları tərəfindən bağlanmış müqavilələrin sayını aşağıdakı cədvəldə təqdim edirik.

Cədvəl 4: Sığorta (təkrarsığorta) təşkilatları tərəfindən bağlanmış müqavilələrin sayı (vahid)

Göstəricilərin adı	**hesabat ilinin əvvəlindən**	**əvvəlki ilin müvafiq dövrü**	**əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən,faizlə**
Sığorta sinifləri üzrə cəmi	739550	612923	120,7
Könüllü sığorta	363023	248696	146,0
Həyat sığortası	241891	180395	134,1
Qeyri-həyat sığortası	121132	68301	177,4
Şəxsi sığorta	51442	29155	176,4
ondan:			
- tibbi sığorta	13053	15535	84,0
Əmlak sığortası	69690	39146	178,0
o cümlədən:			

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

- əmlakın sığortası	48729	26810	181,8
ondan:			
daşınmaz əmlakın könüllü sığortası	6630	11393	58,2
- mülki məsuliyyət sığortası	20893	8571	2,4
- kredit sığortası	33	3727	0,9
- qarışıq maliyyə risklərinin sığortası	35	38	92,1
İcbari sığorta	376527	364227	103,4
o cümlədən:			
Sərnişinlərin icbari fərdi qəza sığortası	29	24	120,8
İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta	15675	12494	125,5
Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası	304113	294634	103,2
Daşınmaz əmlakın icbari sığortası	43425	49678	87,4
Daşınmaz əmlakın istismarı ilə bağlı mülki məsuliyyətin icbari sığortası	13222	7361	179,6
İcbari sığortanın digər növləri	63	36	175,0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin "Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas göstəriciləri" (2022-ci ilin yanvar-mart ayları): s.10.

Digər əlamətdar hadisəsi Azərbaycanın beynəlxalq Yaşıl Kart avtomobil sığortası sisteminə qoşulması oldu. Baxmayaraq ki, onun faktiki tətbiqi yalnız 2016-cı ildə başlayıb. İndi sürücülər Yaşıl Kart sistemində iştirak edən 48 ölkənin dövlət sərhədini sərbəst keçə bilər. Bundan əlavə, ölkəyə daxil olan xarici avtomobil sürücüləri tərəfindən törədilən qəzalar zamanı zərərçəkənlərə dəymiş ziyanın ödənilməsi mümkün qədər tez həyata keçiriləcəkdir. Azərbaycan ərazisinə tranzit məqsədilə bağlanmış sığorta müqavilələrinin sayına görə Yaşıl Kart sistemində iştirak edən ölkələrdən 10-u aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

Cədvəl 5. Bağlanmış sığorta müqavilələrinin sayı və toplanmış sığorta haqlarının ümumi həcminə görə Yaşıl Kart sistemində iştirak edən 10 ölkə.

Ölkələr	Bağlanmış sığorta müqavilələrinin sayı	Toplam yığılan sığorta haqları
Bir ay müddətinə bağlanmış sığorta müqavilələri üzrə		
Türkiyə	59 040	1 782 272
Rusiya	52 475	1 182 722
Ukrayna	11 163	316 697
İran	8 095	209 572
Almaniya	6 651	156 348
Belarusiya	3 075	100 040
Bolqarıstan	960	26 226
Polşa	578	17 349

Moldova	568	16 201
Latviya	352	6 991
Bir il müddətinə bağlanmış sığorta müqavilələri üzrə		
Türkiyə	656	65 680
Rusiya	115	15 990
Almaniya	42	4 170
Türkiyə	10	1 375
İran	4	250
Horvatiya	3	225
Ruminiya	2	300
Albaniya	2	100
Belarusya	2	200
Slovakiya	1	125

Mənbə: К.Ибрагимов, 2018: с.201.

Amma ümumilikdə avtomobil sığortası bazarında vəziyyət qeyri-müəyyəndir. Bu, manatın məzənnəsinin dəyişməsi ilə bağlıdır ki, bu da xaricdən gətirilən avtomobillərin və onların ehtiyat hissələrinin qiymətlərinin artmasına səbəb olub. Avtomobil bazarında durğunluq hökm sürür, avtomobillərə tələbat azalır. İlkin bazarda bu, qiymətlərin artması ilə əlaqədardır. Təkrar bazarda isə əslində xaos hökm sürür, çünki qiymətlərin necə formalaşması barədə anlayış yoxdur. Yəni təzə maşın almaq üçün köhnəsini tez-tez satırlar, indi isə insanlar sadəcə onu neçəyə satacaqlarını bilmirlər. Müvafiq olaraq avtomobil sığortası haqları da düşür.

Bu arada tibbi sığorta sahəsində də müəyyən irəliləyişlər müşahidə olunur. Düzdür, Azərbaycanda könüllü və icbari tibbi sığorta artıq fəaliyyət göstərir. Əhali üçün tibbi sığortanın sosial əhəmiyyətini qiymətləndirmək çətindir. Son illər sığorta bazarı üçün məhz bu ildə icbari tibbi sığortanın tətbiqi ilə bağlı konkret tədbirlərin görülməsi ilə yadda qaldı. 2018-ci ildən icbari tibbi sığorta üzrə pilot layihə həyata keçirilir. İlk olaraq Mingəçevirdə fəaliyyətə başlayan pilot layihənin 1 yanvar 2020-ci ildən bütün ölkə boyu tətbiqinə qərar verilmişdir (N.Bayramlı, 2019: s.5).

Mütəxəssislərin fikrincə, indi bazarın daha da böyüməsini təmin etmək üçün, məsələn, işçilərin sığortası üzrə pula qənaət etməyə çalışan korporativ müştərilər arasında artıq tələbat olan yeni antiböhran xidmətləri paketlərini hazırlamaq lazımdır. Bundan əlavə, kompleks tədbirlərə ehtiyac var. Sənədləşmə, mürəkkəb ödəniş prosesləri və onların sığortaçı ilə müştəri arasında razılaşdırılması, bir çox başqa problemlər bazarın inkişafına mane olur. Başqa sözlə, sığorta bazarı öz effektivliyini artırmalıdır.

Nəticə

Sığorta Azərbaycan iqtisadiyyatının strateji sahələrindən biridir, çünki o, sığorta haqları şəklində yığımları toplayır və investisiyalara çevirir. Sığorta bazarının inkişafı ilə əməliyyat xərclərinin azaldılması və əmanətlərin likvidliyinin yüksək səviyyədə saxlanılması hesabına dövlətin bütün maliyyə sisteminin səmərəliliyi artır. Sığorta xidmətləri bazarı resursların və milli gəlirin yenidən bölüşdürülməsi üçün ən böyük kanallardan biridir.

Sığorta bazarı kredit bazarının ən mühüm seqmentlərindən biridir. O, təkrar istehsal prosesinin bütün elementləri ilə sıx əlaqədə olur və bazar əsasında fəaliyyət göstərən iqtisadiyyatın tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Metodoloji baxımdan sığorta bazarı bir çox struktur elementləri özündə birləşdirən mürəkkəb iqtisadi sistemdir.

Sığorta kommersiya fəaliyyətidir, ona görə də normal haldır ki, bəzi şirkətlər maliyyə göstəricilərini pisləşdirə, bəziləri isə yaxşılaşa bilər. Sığorta şirkəti ən azı bir il, həyat sığortası üzrə isə daha uzun müddətə öhdəlik götürdüyü üçün onun ötənilki fəaliyyəti cari ilin nəticələrinə təsir göstərir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azarbaycan Respublikasının "Sıgorta fealiyyati haqqında" 25 dekabr 2007-ci il tarikhli, 519-IIIQ №-li Qanunu. Bakı, 2017
2. Azarbaycan Respublikasının "İcbari sıgortalar haqqında" 24 iyun 2011-ci il tarikhli, 165-IVQ №-li Qanunu. Bakı, 2011
3. Azarbaycan Respublikası Nazirlar Kabinetinin "İstehsalatda badbaxt hadisalar və pesha xastaliklari naticasinda pesha amak qabiliyyatinin itirilmasi hallarından icbari sıgorta tariflarinin muayyan edilməsi haqqında" 5 noyabr 2010-cu il tarikhli, 20 №-li Qararı. Bakı, 2010
4. Dövlət Statistika Komitəsinin "Sıgorta taskilatlarının fealiyyatinin asas göstaricilari" (2022-ci ilin yanvar-mart ayları). Bakı, 2022
5. Bayramlı N. İcbari tibbi sıgorta shaffaf, alchatan və daha keyfiyyatli tibbi xidmetin gostarilmasina imkan veracak // Yeni Azarbaycan, Bakı, 2019
6. Ibragimov K.M. «Ustoyçivoye razvitiye ekonomiki: mejdunarodnıye i natsionalnıye aspektı» // II Mejdunarodnoy nauçno-praktiçeskoy konferentsiya, posvyaşennoy 50-letiyu Polotskoqo qosudarstvennoqo universiteta, Moskva, 2018
7. Çıqanov A.A., Brızqalov D. «Tsifrovizatsiya straxovoqo rınka: zadaçi, problemı i perspektivı» // Ekonomika. Naloqi. Pravo, Moskva, 2018
8. Adam F.F., Hikmah Y. "Analysis of website utilization for online motor vehicle insurance purchases". In: Proc. 3rd Intern. Conf. on Vocational Higher Education, London, 2020
9. Eling M., Lehmann M. "The impact of digitalization on the insurance value chain and the insurability of risks". Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice,London, 2018.
10. https://banker.az/az%C9%99rbaycanin-12-sigorta-sirk%C9%99tinin-od%C9%99nisl%C9%99ri-artib-siyahi/

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ И АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ СТРАХОВОГО ДЕЛА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Мустафа Аббасбейли[1], Кямран Гусейнзаде[2]
[1,2] Азербайджанский государственный экономический университет, [1,2] Кафедра Экономики и технологических наук,
[1]Доктор юридических наук, mustafaabbasbeyli@mail.ru
[2]Магистрант, kamranhuseynzade5@gmail.com

РЕЗЮМЕ

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Страхование – это особый вид экономических отношений, направленный на получение страховой защиты в результате различного рода угроз. Эти отношения возникают между двумя субъектами деятельности - страховщиком и страхователем. Первый выступает в роли поставщика страховой защиты. Второй платит страховые взносы и тем самым создает для страховщика страховой фонд, из которого производит компенсационные выплаты.
В современных условиях бурного развития бизнеса, технологий, социальных изменений, сложных финансовых отношений вопросы защиты собственности приобретают особое значение как для физических, так и для юридических лиц. Возрастает значение института страхования, расширяется рынок продуктов и услуг, предлагаемых страховщиками, углубляется экономическая сущность страхования. Рассмотрена роль сферы финансовых отношений, такой как страхование, в современных условиях, в связи со стремительным ростом опасности вредных последствий различных негативных факторов, связанных с развитием научно-технического прогресса и увеличением риска убытки, связанные с ведением бизнеса. Защита интересов представителей бизнеса значительно возрастает. На этапе современного развития рыночных отношений, помимо традиционной цели страхования, физические лица все больше становятся объектом страхования для обеспечения защиты имущественных интересов страхователя от стихийных бедствий, аварийных техногенных и экологических явлений, возмещение вреда, причиненного личности или имуществу застрахованного.
Как и во всех странах с рыночной экономикой, страхование в Азербайджанской Республике находится под контролем государства. Основными элементами рыночной системы страхования являются законодательная база страховой деятельности, государственный контроль за деятельностью страховых организаций и страховых посредников, меры регулирования в отношении иностранных страховщиков на внутреннем рынке.
Статья посвящена анализу и оценке текущей ситуации на страховом рынке Азербайджана. В исследовании предоставлена информация о правовой базе организации и регулирования страхового дела, а также проанализировано текущее состояние страхового рынка в Азербайджане. В проведенных анализах определены основные направления и особенности развития страховых продуктов, оценена эффективность стратегий, связанных со страховым бизнесом за рубежом и в стране, изучены принципы.
Ключевые слова: страхование, страховщик, лицензия, перестрахование, страховые организации.

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-213

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
226-238

THE IMPORTANCE OF ORGANIZING AN EFFICIENT SUPPLY SYSTEM IN INCREASING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

Adil Ahmadov[1], Leyla Aliyeva[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Philosophy in Economics
[2]Master student, leylash09@mail.ru

ABSTRACT

In the context of the increase in the innovative development of the world and national economy, the impact of globalization and integration processes, and the increase in competition between business entities, there is a need to review the factors affecting the competitiveness of retail trade enterprises. These circumstances make it necessary to study the methodological bases of managing their competitiveness in order to solve the problem of ensuring the efficient operation of retail trade enterprises, forming and implementing competitive advantages that allow them to ensure a stable position in the consumer market.

Under the influence of various factors and depending on resources, competitiveness can increase or decrease. Competitiveness reserves are understood as unused opportunities of the enterprise to optimize costs and increase profits. These factors include: human resources; physical resources; knowledge resource; monetary resources; infrastructure. External factors are considered as a set of factors that determine the conditions of operation of retail trade enterprises in the consumer market. Internal factors include marketing, scientific-technical, production-technological, financial-economic, economic potential, effectiveness of advertising, state of material and technical base, after-sales service.

Logistics purchasing processes for the present period have an important impact on strengthening the competitiveness of companies. The search for solutions to the problems of procurement logistics is a key parameter in the management of an organization in terms of both operational and strategic management, as well as in finding new directions for reforms in the economic and organizational aspects of procurement. One of the most important goals of a company's supply chain management is to increase the company's competitiveness. In the last few years, a key issue in supply chain management has become the relationship between the seller and the customer, which must be based on cooperation and trust. Now it turns out that the customer pays attention not only to the quality of the products he buys, but also to the service. Customer service is a multifaceted concept that includes both timely delivery of goods and after-sales service. Its purpose is to increase the final value of the product for the buyer, that is, the increase in the consumer value of the product. Improvement of customer service is achieved by applying the principles of integrated logistics in the development and implementation of the company's development strategy.

The following main aspects can be distinguished in the work of the supply department of the company:

1) creation of a reliable and continuous material flow to ensure the proper functioning of the organization;

2) search for competent suppliers, establish close interaction and beneficial relationships with them, support and improve the quality of the materials received, agreement on the lowest total costs with proper maintenance of quality, quantity, delivery and service conditions;
3) increasing competitiveness. Controlling all costs of the supply chain allows identifying unprofitable or time-consuming operations (activities) (for example, additional warehousing, transportation and inspection), increasing the competitiveness of the organization as a whole. The purchasing department is responsible for ensuring the smooth flow of raw materials necessary for the production of products and services in order to fulfill its obligations to suppliers under the terms of delivery of products.
Logistics and supply are quite expensive operations that affect market prices. However, this does not affect the ability of products to increase their competitiveness. At the same time, the business needs a visionary leader to develop a long-term strategy. Some logistics buildings have been operating for 40 years or more. To determine the area of the area, the shape of the building and its geographical location in the country, it is necessary to understand the market and set the goals correctly. Of course, centralized logistics and supplies are cheaper than having a separate supplier deliver goods to each store. Because the centralized approach actually allows us to offer local and regional products to consumers at a better price. Above all, centralized business reduces the number of trucks on the road, which means less traffic congestion and cleaner air in our cities. Procurement Rule simplifies the process of managing the supply department and controlling employees. It is necessary to provide indicators of the efficiency of purchasing activity at a level favorable to the enterprise for a long time. This predetermined the modern directions for the development of organizational models of the procurement process. According to the characteristics of the procurement process, the organizational model of this process should be both an algorithm of interaction with the external environment of the procurement process and a mechanism for managing subjects of the internal environment.
The article is devoted to the assessment of the current state of the company's effective supply system and competitiveness. At this time, the role of efficient supply system in increasing the level of competitiveness of the company was analyzed.
Keywords: competition, procurement, logistics, supply department, supply chain

ŞİRKƏTİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİLİK SƏVİYYƏSİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİNDƏ SƏMƏRƏLİ TƏCHİZAT SİSTEMİNİN TƏŞKİLİNİN ƏHƏMİYYƏTİ

Adil Əhmədov[1], Leyla Əliyeva[2]
[1,2]İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru,
[2]Magistr tələbəsi, leylash09@mail.ru

XÜLASƏ

Dünyanın və milli iqtisadiyyatın innovativ inkişafının artması, qloballaşma və inteqrasiya proseslərinin təsiri, sahibkarlıq subyektləri arasında rəqabətin artması şəraitində pərakəndə ticarət

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinə təsir edən amillərə yenidən baxılması zərurəti yaranır. Bu hallar pərakəndə ticarət müəssisələrinin səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi, onların istehlak bazarında sabit mövqeyini təmin etməyə imkan verən rəqabət üstünlüklərinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi problemini həll etmək üçün onların rəqabət qabiliyyətinin idarə edilməsinin metodoloji əsaslarının öyrənilməsini zəruri edir.

Müxtəlif amillərin təsiri altında və ehtiyatlardan asılı olaraq, rəqabət qabiliyyəti arta və ya azala bilər. Rəqabətqabiliyyətlilik ehtiyatları dedikdə, xərcləri optimallaşdırmaq və mənfəəti artırmaq üçün müəssisənin istifadə olunmamış imkanları başa düşülür. Bu amillərə aşağıdakılar daxildir: insan resursları; fiziki ehtiyatlar; bilik resursu; pul resursları; infrastruktur. Xarici amillər istehlak bazarında pərakəndə ticarət müəssisələrinin fəaliyyət göstərməsi şərtlərini müəyyən edən amillər məcmusu kimi qəbul edilir. Daxili amillərə marketinq, elmi-texniki, istehsal-texnoloji, maliyyə-iqtisadi, iqtisadi potensial, reklamın effektivliyi, maddi-texniki bazanın vəziyyəti, satışdan sonrakı xidmət daxildir.

İndiki dövr üçün logistik satınalma prosesləri şirkətlərin rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsinə mühüm təsir göstərir. Satınalma logistikası problemlərinin həlli yollarının axtarışı həm əməliyyat, həm də strateji idarəetmə baxımından bir təşkilatın idarə edilməsində, həm də satınalmanın iqtisadi və təşkilati aspektlərində islahatların aparılması üçün yeni istiqamətlərin tapılmasında əsas parametrdir. Şirkətin təchizat zəncirinin idarə edilməsinin ən mühüm məqsədlərindən biri müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmaqdır.

Məqalə şirkətin səmərəli təchizat sisteminin və rəqabət qabiliyyətinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Bu zaman şirkətin rəqabət qabiliyyətlilik səviyyəsinin yüksəldilməsində səmərəli təchizat sisteminin rolunun təhlili aparılmışdır.

Açar sözlər: rəqabət, satınalma, logistika, təchizat şöbəsi, tədarük zənciri

Giriş

Qloballaşma nəqliyyat xidmətlərinə tələbatın sürətlə artmasının səbəbi oldu, çünki qlobal səviyyədə fəaliyyət göstərən bir çox təşkilat bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrdə mövcud olan daha ucuz resurslardan istifadə etməyə çalışır, onları ən qısa müddətdə və minimum xərclə əldə etməyə çalışır. Daşıma xərcləri hər il artdığı halda, logistika zəncirinin ayrı-ayrı bölmələri arasında maddi ehtiyatların və komponentlərin daşınmasına ehtiyac var. Həmçinin qloballaşmanın nəticəsi multimodal, intermodal konteyner daşımalarının sayının artması hesab olunur.

İnformasiya texnologiyaları tədarüklərin vaxtı və həcmi, çatdırılmada mümkün gecikmələr, ehtiyatların səviyyəsi və daha çox şey haqqında məlumatların vaxtında mübadiləsinə imkan verir. Əməliyyat səviyyəsində qlobal informasiya sistemləri dispetçerlərə sürücülərlə əlaqə saxlamağa imkan verir. Bu cür texnologiyalar malların sürətli çatdırılması və uzun məsafələrə daşınması sahəsində geniş istifadə olunur.

Hazırda e-ticarət getdikcə populyarlaşır, çünki qlobal internet vasitəsilə biznes əməliyyatları həyata keçirən şirkətlərin sayı kəskin şəkildə artıb. Müasir nəzəriyyə bu əməliyyatları 2 növə bölür: B2B (biznesdən biznesə) və B2C (biznes-müştəri). Elektron ticarətin nəticəsi istehsalçılar və vasitəçilər arasında malların həcminin azalması olmalıdır, çünki onlar birbaşa son istehlakçıya çatdırılır. Elektron ticarət, dünyada artan sayda müştəri üçün kiçik və orta ölçülü tədarüklərə nəzarət edə biləcək daha inkişaf etmiş bir logistika sistemi - e-logistics yaratmaq üçün ilk addımdır. Burada ciddi problem keyfiyyətsiz məhsul şəklində əks material axınının olmasıdır. Bu məsələlər əks logistikanı həll etmək üçün nəzərdə tutulub.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi təşkilatda satınalma fəaliyyətinin təşkili üsulları haqqında məlumat vermək, şirkətin təchizat şöbəsinin işinin təhlilini aparmaq, satınalma sahəsində logistanın müasir inkişaf səviyyəsinə nəzər yetirməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir şəraitdə yerli müəssisələrin inkişafına istehsalın əsas fondlarının yüksək dərəcədə fiziki və mənəvi köhnəlməsi beynəlxalq bazarda yüksək rəqabət mane olur. Müəssisələrdə müəyyən edilmiş problemləri həll etmək üçün tədarük zəncirinin idarə edilməsinin logistika konsepsiyasını, o cümlədən tədarükün qloballaşdırılmasını tətbiq etmək lazımdır. Təchizatın qloballaşması "ümumiyyətlə informasiya texnologiyaları və texnologiyaları ilə müəyyən edilən milli və coğrafi sərhədləri keçən insanların, ticarət və kommersiya fəaliyyətinin artan qarşılıqlı asılılığı" kimi başa düşülməlidir ki, həmin məsələlərin həlli mövzunu aktual tədqiqat predmetinə çevirir.

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz, sintez, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir.

Son bir neçə ildə təchizat zəncirinin idarə edilməsində əsas məsələ satıcı və müştəri arasında əməkdaşlıq və etimad əsasında həyata keçirilməli olan münasibətlərə çevrilmişdir. İndi məlum olur ki, müştəri təkcə aldığı məhsulların keyfiyyətinə deyil, həm də xidmətə diqqət yetirir. Müştəri xidməti çoxşaxəli anlayışdır, o, həm malların vaxtında çatdırılmasını, həm də satışdan sonrakı xidməti əhatə edir. Onun məqsədi alıcı üçün məhsulun son dəyərini artırmaqdır, yəni məhsulun istehlak dəyərinin artmasıdır. Müştəri xidmətinin təkmilləşdirilməsi müəssisənin inkişaf strategiyasının hazırlanması və həyata keçirilməsində inteqrasiya olunmuş logistika prinsiplərinin tətbiqi ilə əldə edilir.

Logistikanın hazırkı inkişafı mərhələsində satınalma sahəsində mütəxəssislər üçün təlimat olan bir sıra prinsiplər mövcuddur. Onlar "4R" adlanır: responsiveness, reliability, resilience and relationships (tez cavab vermək bacarığı, etibarlılıq, davamlılıq, əməkdaşlıq). Logistikanın müasir postulatı müştərilərin istəklərinə tez cavab vermək qabiliyyəti ilə yanaşı, artıq "just-in-time" bir qaydaya çevrilib. Alıcılar nəinki çatdırılma müddətinin azaldılmasını, həm də hər bir müştəriyə fərdi yanaşma tələb edirlər. Artıq aydın olduğu kimi, müasir reallıqlarda əsas amil hərəkət sürətidir. Qeyri-sabit və daim dəyişən bazarda müəssisənin çevikliyi və daim dəyişən xarici mühitə uyğunlaşması klassik mənada uzunmüddətli planlaşdırmadan daha vacib oldu. Planlaşdırma tələbin qeyri-müəyyənliyi ilə əngəllənir və bəzi hallarda risklərin artmasına səbəb olur. Gələcəkdə şirkətlər daha çox tələbata diqqət yetirəcəklər.

Etibarlılıq istənilən müəssisədə təhlükəsizlik ehtiyatının olmasının əsas səbəbidir. Təhlükəsizlik ehtiyatının mövcudluğu tələbin dəyişməsi, təchizatçının imkanları ilə bağlı qeyri-müəyyənlik və ya digər fors-major vəziyyətlərlə bağlıdır. Şirkət bütün satınalma logistika sisteminin səmərəliliyinə təsir edən prosesləri yenidən təşkil etməklə etibarlılığı əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. Müasir tədqiqatlar göstərir ki, malların keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün ən yaxşı üsullardan biri yoxlama yolu ilə keyfiyyətə nəzarət etmək deyil, satınalma, istehsal və marketinq proseslərinə nəzarət etməkdir. Beləliklə, tədarük zəncirinin etibarlılığının artırılmasında əsas amil proseslərin dəyişkənliyinin azalmasıdır, məsələn, sifarişlərin vaxtında gecikmə ehtimalı varsa, bu sapmaların

səbəbləri vaxtında müəyyənləşdirilməli və prosesin özü tənzimlənməli və nəzarət altına alınmalıdır.

Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, bazar hazırda olduqca gözlənilməz və dəyişkəndir. Müasir təchizat zəncirləri tədarükün pozulmasına qarşı həssasdır və nəticədə biznesin gözlənilməz inkişafı və fəaliyyəti riski artır. İndiyə qədər logistika sisteminin əsas vəzifəsi xərclərin optimallaşdırılması idisə, indi sistemin davamlılığının saxlanmasına daha çox diqqət yetirilir. Dayanıqlıq - tədarük zəncirinin tələbin dəyişməsində və digər xarici amillərdə gözlənilməz dəyişikliklərə tez reaksiya vermək qabiliyyətidir. Sabit təchizat zəncirinin yaradılması və saxlanması olduqca çətin və baha başa gəlir, lakin qeyri-müəyyənliklə məşğul olmağın qiyməti belədir.

Dördüncü prinsip, üstünlükləri məhsul keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, xərclərin azaldılması, yeniliklərin tətbiqi və s. olan "tərəfdaşlığın" vacibliyini bir daha vurğulayır. Təchizatçının nöqteyi-nəzərindən göründüyü kimi, tərəfdaşlıq rəqiblərin məhsullarının istifadəsinə maneə ola bilər. Təchizatçı ilə alıcı arasında həyata keçirilən proseslər nə qədər çox bir-birinə bağlıdırsa, onlar arasında qarşılıqlı asılılıq bir o qədər yüksəkdir və rəqiblər üçün onları məhv etmək bir o qədər çətinləşir.

Yarandığı gündən logistika hər bir şirkətin fəaliyyətinin əsasına çevrilmək üçün əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Logistika sistemlərinin tətbiqinin faydaları hər bir iş adamı üçün aydın oldu:

- qlobal nəqliyyat şəbəkəsi hesabına sifarişlərin yerinə yetirilməsinin yüksək sürəti;
- inventarların mərkəzləşdirilmiş idarə edilməsi yolu ilə xərclərin optimallaşdırılması;
- pul vəsaitlərinin hərəkətinin artması;
- sürətlə dəyişən müştərilərin üstünlükləri əsasında yeni məhsulların paylanması sistemində çeviklik.

Axın proseslərinin planlaşdırılması və nəzarəti prosesində inkişaf strategiyasının formalaşmasına əsaslanan təchizat logistikasının sistemli idarə edilməsi, habelə anbar, inventar, davam edən işlərin və hazır məhsulların uçotu müasir bir müəssisənin fəaliyyətinin mal və xidmətlər bazarında rəqabət qabiliyyətini müəyyənləşdirən əsas vəzifəsidir. Bu funksiyaları yerinə yetirmək üçün müəssisə bütün təchizat zəncirində material və əlaqəli axınların təchizatçıdan son istehlaka qədər keçməsi haqqında adekvat məlumatla təmin edilməlidir (Fatxutdinov R.A., 2012).

Son illərdə müəssisədə satınalma logistikasının rolu xeyli artmışdır. Bazar dalğalanmalarının təsiri altında daxili satınalmaların bəzi aspektləri dəyişdi:

- əhalinin artması, istehsalını satınalma fəaliyyəti olmadan təsəvvür etmək mümkün olmayan məhsullara bazar tələbinin artmasına səbəb olur;
- hər il artan rəqabət şirkətləri rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün yeni yollar axtarmağa məcbur edir ki, bu da alışların təşkilinin yeni üsullarının axtarışında özünü göstərə bilər;
- bir istehsal dövrünün həyata keçirilməsi üçün vaxt azalmağa meyllidir, buna görə də satınalma şöbəsi istehsalın davamlılığını təmin etmək üçün daha tez hərəkət etməlidir.

Rasional satınalma metodunun seçilməsi satınalma logistikasının əsas vəzifəsidir və aşağıdakı amillərdən təsirlənir:

- müəssisədə istehsal olunan son məhsulların mürəkkəbliyi;
- sabit xərclərin səviyyəsi;
- son məhsulun texnoloji xüsusiyyətlərini;
- sifarişin tezliyi;
- alışın həcmi;
- tək tədarükün həcmi.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Müəssisə üçün optimal satınalma metodunun seçilməsi satınalma şöbəsinin rəhbərliyinin ən vacib vəzifələrindən biridir. Bu onunla əlaqədardır ki, satınalma metodu xammal və komponentlərin alınması, məhsulların saxlanması və daşınması xərclərinin sonrakı hesablamaları üçün ilkin parametrdir.
Logistika nəzəriyyəsində maddi resursların tədarükü üçün beş üsul var (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Təşkilatda satınalma fəaliyyətinin təşkili üsulları

Üsul	Meyar				
	Sənəd axını	İnventar saxlama xərcləri	Sifariş xərcləri	Satınalma xərcləri	Kapitalın dövriyyəsi dərəcəsi
Kotirovka vərəqələri ilə müntəzəm satınalma	Mürəkkəb	Aşağı	Yüksək	Ödəniş cari qiymətlərlə həyata keçirilir	Sürətləndirilmiş
Topdan alışlar	Yüngül	Yüksək	Aşağı	Həcmi endirimlər vasitəsilə azaldılır	Yavaşlandırılmış
Kiçik partiyalarda müntəzəm satınalma	Yüngül	Aşağı	Aşağı	Sifarişin dərhal tam ödənilməsi ehtiyacı	Sürətləndirilmiş
Dərhal çatdırılma üçün malların alınması	Mürəkkəb	Aşağı	Yüksək	Ödəniş sifariş zamanı edilir	Sürətləndirilmiş
Lazım olduqda malların qəbulu	Yüngül	Aşağı	Aşağı	Yalnız çatdırılan hissə ödənilir	Sürətləndirilmiş

Mənbə: Christopher M., 2017: p. 48.

Topdan satınalma müəssisələr tərəfindən istehsal fəaliyyətində və ya yenidən satışda sonrakı istifadə üçün bir böyük partiyada məhsul almaq üçün istifadə olunur. Topdan satınalmaların təşkilinin iki növü var:
- alqı-satqı müqaviləsi üzrə istehsalçıdan və ya vasitəçidən firma-alıcıya birbaşa çatdırılma;
- əmtəə birjasında əqdlərin bağlanması (Smoleychuk I.M., 2017: 24).
İkinci növün fərqli xüsusiyyəti tələb və təklif mexanizmini nəzərə almaqla real alış topdansatış qiymətlərini müəyyən etmək bacarığıdır.
Müəssisələrin müasir satınalma fəaliyyətində kiçik partiyalarda müntəzəm satınalmalardan da geniş istifadə olunur. Onlar əlverişlidir ki, məhsullar əvvəlcədən hazırlanmış plana və əvvəlcədən doldurulmuş istəklərə uyğun olaraq tədricən, müəyyən bir ardıcıllıqla, vaxtında çatır. Bu satınalma üsulu anbarın işini daha ritmik və tsiklik etməyə imkan verir ki, bu da təşkilatın artıq qeyri-likvid ehtiyatlarının anbarda yığılmasının qarşısını alır.
Əgər şirkətin fəaliyyəti sürətlə satılan malların satışı ilə bağlıdırsa, bunun üçün ən yaxşı üsul kotirovka vərəqlərinə uyğun alış sayılır. Lakin bu halda, satınalma şöbəsinin mütəxəssislərinə kotirovkalara uyğun olaraq sənədləri daim tərtib etmək səlahiyyəti veriləcəkdir. Onlar mövcud və satın alınmalı olan resurslar haqqında məlumatları dəqiq əks etdirməlidirlər.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Lazım olduqda məhsulların alınması üsulu çox vaxt müntəzəm kiçik alışlar üsulu ilə müəyyən edilir. Onların oxşar xüsusiyyətləri var, lakin bir sıra xüsusiyyətlər də var ki, hansı metodun harada tətbiq olunacağını anlamağa kömək edir. Beləliklə, məsələn, ehtiyac əsasında satınalmalarda adi satınalma mütəxəssisləri məhsulların çatdırılma partiyasını planlaşdırmaqla bağlı əhəmiyyətli dərəcədə daha az funksiyaya malikdirlər, çünki onun proqnozlaşdırılan həcmi təxminən müəyyən edilir. Bu satınalma üsulunu seçərkən şirkət təchizatçıya hər bir çatdırılma şərtlərini həyata keçirməzdən əvvəl əlavə olaraq razılaşdırmaq səlahiyyətini verir. Şirkət çevik maliyyələşdirmə imkanı səbəbindən bu satınalma modeli ilə cəlb olunur, yəni şirkət yalnız təhvil verilən məhsullar üçün ödəniş etməyi öhdəsinə götürür (Karx D.A., 2010).

Dərhal təsir göstərən malların alınması, bəlkə də, alışın ən spesifik üsullarından biridir. Təcrübədə şirkətlər istehsalda az istifadə olunan malları alarkən bu üsula əl atmağa məcbur olurlar. Çünki belə bir qrup malın başqa üsullarla alınması sadəcə olaraq maliyyə baxımından səmərəsiz olardı. Bu metodun mexanizmi olduqca sadədir. Əgər firmanın ehtiyatında nadir hallarda istifadə olunan material ehtiyatları yoxdursa, satınalma şöbəsi təchizatçı ilə əlaqə saxlayır və qarşıdan gələn əməliyyatın şərtlərini müzakirə edir.

"Qlobal tədarük" "idxal satınalmaları" və ya "beynəlxalq təchizat"dan daha geniş məna kəsb edir, çünki o, təchizatçı ilə uzunmüddətli tərəfdaşlığı nəzərə alaraq məhsulun həyat dövrü ilə bağlı qərar qəbul etməyi nəzərdə tutur. Xarici alim Qrin hesab edir ki, "qlobal rəqabət getdikcə artan rəqabət üstünlüyü təmin edən strategiyaların müəyyən edilməsi və həyata keçirilməsi ehtiyacını artırır" (Green K. W., 2013: 23 s.).

Kompüterləri və telekommunikasiyaları, o cümlədən İnterneti əhatə edən informasiya texnologiyaları (İT) qlobal təchizat zəncirlərinin səmərəliliyinə əhəmiyyətli təsir göstərir. Müasir informasiya texnologiyalarından istifadə davam edən satınalma proseslərinin sürətinə, ən əsası isə keyfiyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. İnternet üzərindən məlumat ötürməklə və elektron əməliyyatlar həyata keçirməklə təchizatçılar elektron təchizatçılara çevrilirlər. Bununla əlaqədar olaraq müəssisələrin inkişafına, onların bazarda rəqabətqabiliyyətli mövqelərinin möhkəmlənməsinə və maliyyə sabitliyinin möhkəmləndirilməsinə töhfə verən innovativ texnologiyaların hər yerdə tətbiqi zəruridir.

Beləliklə, belə nəticəyə gəlmək olar ki, dəyişən istehsal və idarəetmə fəlsəfəsi müəssisələri rəqabət üstünlüyünün gücləndirilməsinə əsaslanan inkişaf strategiyası hazırlamağa məcbur edir.

Cədvəl 2. Şirkətin əsas fəaliyyət istiqamətləri

	Fəaliyyət istiqaməti
"Veysəloğlu Distribusiya"	Distribusiya
"Araz" supermarketlər şəbəkəsi	Pərakəndə
"OBA" marketlər şəbəkəsi	Pərakəndə
"Ulduz" Şokolad Fabriki	İstehsalat
"AVT Logistics"	Logistika
"V-Trade" distribusiya	Distribusiya
"VG"	Distribusiya
"Vesta-Horeka" distribusiya	Distribusiya
"Xonça" Fabriki	İstehsalat
"Veysəloğlu-Rossmann"	Pərakəndə
"Entree Azərbaycan"	Həmtəsisçisi olduğu şirkət
"Sirab" mineral sular zavodu	Həmtəsisçisi olduğu şirkət

Mənbə: https://veyseloglu.az/investor-relations/business-indicators

Şirkətlər Qrupu müştərilərinə geniş çeşiddə məhsul təqdim etməklə yanaşı, sektorda rəqabət qabiliyyətinin inkişafına da öz töhfəsini verir. Daha çox mağaza açmaq, icarə haqqı ödəmək, tədarük zəncirində iştirak edənlərə daha çox gəlir gətirmək və son nəticədə vergi ödəməklə şirkət həm də bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafına öz töhfəsini verir.

Cədvəl 3. Şirkətin əsas fəaliyyət göstəriciləri.

Pərakəndə		Distribusiya	
Mağaza sayı	1300	Aktiv müştəri sayı	14000-nə yaxın
Ümumi satış sahəsi	250000 m²-ə yaxın	Məhsul növü sayı	5000-nə yaxın
Aylıq müştəri sayı	20 milyondan çox	Xarici tədarükçülərin sayı	224
Şəxsi marka sayı	639	İllik ölkəyə gətirilən ortalama məhsul həcmi	108000 tona yaxın
		Şəxsi marka sayı	32
İstehsalat		Logistika	
Aktiv istehsal xətləri	8	Aylıq ziyarət edilən müştəri sayı	113000-nə yaxın
Ümumi istehsal sahəsi	31336 m²	İllik sifariş həcmi	1229639 m3
Aylıq istehsal olunan məhsul həcmi	403 tona yaxın	Nəqliyyat vasitələrinin sayı	550
Aylıq istehsal potensialı	3500 tona yaxın	Qapalı anbar sahəsi	71670 m²
Məhsul çeşidi sayı	471	İllik qət olunan məsafə	1407957 km
Məhsulların ixrac olunduğu ölkə sayı	25-dən artıq		

Mənbə: https://veyseloglu.az/investor-relations/business-indicators

Şirkətin əsas məqsədi davamlı təkmilləşdirmə yolu ilə biznes tərəfdaşlarının xərclərini və yük maşınlarının qət etdiyi məsafəni azaltmaqdır. Bu da öz növbəsində məhsulun bazara çıxarılmasının maya dəyərini aşağı salır, ona görə də məhsulun satış qiyməti aşağı düşür və təhvil verilən məhsul alıcı üçün daha münasib olur. Qəbul edilən məsafənin azaldılması həm də yanacaq istehlakını azaldır, beləliklə, karbon emissiyalarını azaldır və daha təmiz havaya töhfə verir. Təchizat zəncirinin effektiv idarə edilməsi istehlakçılar, müəssisələr, mülkiyyət sahibləri və bütövlükdə ölkə üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.
Bölgədə ən böyük qapalı anbarı idarə etmək böyük məsuliyyətdir və burada proseslər saat mexanizmi kimi işləməlidir. Əsas qida təhlükəsizliyi problemi qidanın düzgün temperaturda və nisbi rütubətdə saxlanmasıdır. Şirkətin mərkəzində məhsulların lazımi şəraitdə saxlanması üçün xüsusi soyuducu vitrinlər var: məsələn, meyvə və tərəvəzlər +15 dərəcədə, dondurulmuş qidalar -18 dərəcədə saxlanılır. Anbara daxil olarkən məhsulların düzgün temperaturda saxlanması üçün mütəmadi olaraq yoxlamalar aparılır. Mallar anbardan çıxdıqdan sonra onların yüksək keyfiyyətlə bazara çatdırılmasına şirkət məsuliyyət daşıyır. Həmçinin şirkət malların çeşidlənməsini və saxlanmasını düzgün təşkil edir. Məsələn, qida məhsulları təmizləyici məhsullar və digər məişət əşyalarından ayrı saxlanılır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Şirkət məhsulun orijinallığına zəmanət vermək üçün yalnız etibarlı tədarükçülərlə əməkdaşlıq edir. Məsələn, ekspeditor beynəlxalq tədarükçüdürsə, şirkət istehsalçıdan bu şəxsin rəsmi nümayəndə olduğuna dair zəmanət alır. Şirkətdə əsas vəzifələrdən biri səlahiyyətli tədarükçülərin seçilməsidir. Belə problemləri həll etmək üçün şirkət tədarükçülərin seçiminin hərtərəfli təhlilini aparır (cədvəl 4).

Cədvəl 4. Şirkət tərəfindən tədarükçülərin seçimi.

Məhsulun adı	Mal axınının dəyəri (min manat)	Qiymət (min man.)		Fərq		Çatdırılmanın məqsədəuyğunluğu haqqında nəticə
		Türkiyədən tədarükçü	Rusiyadan tədarükçü	qiymətdə	çatdırılmada	
Saça qulluq məhsulları	950 000	2 100	2 500	19,0%	2,3%	Türkiyədən tədarükçü

Mənbə: Şirkətin verdiyi məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir

Cədvəl 4-dən görünür ki, Türkiyədən çatdırılma Rusiyadan çatdırılmadan baha başa gəlir. Amma qiymət fərqi 19% olduğu üçün (Türkiyədə daha bahadır) Türkiyədən mal çatdırmaq daha sərfəlidir.

Cədvəl 5. Tədarükçünün qiymətləndirməsi.

Göstəricilər	Şərtlər		Qiymətləndirmə (bal sistemi ilə)		Reytinq		Meyarın xüsusi çəkisi
	I	II	I	II	I	II	
Qiymət (min man.)	2 100	2 500	9	5	3,6	2,0	0.4
Çatdırılma xərcləri	200	150	7	8	1,4	1,6	0,2
Məhsulun qüsur dərəcəsi	1	2	9	7	2,7	2,1	0,3
Çatdırılma gecikməsi	5	3	5	7	0,5	0,7	0,1
Ümumi	X	X	X	X	**8,2**	**6,4**	**1**

I. - Türkiyədən tədarükçü
II. - Rusiyadan tədarükçü

Mənbə: Veysəloğlu şirkətinin verdiyi məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir

Cədvəl 5-dən belə çıxır ki, Türkiyədən mal tədarük etmək Rusiyadan daha sərfəlidir.

Pandemiya zamanı şirkət müştəriləri hər zaman məmnun etmək üçün zəruri malların əlavə tədarükünü təmin etmək üçün ehtiyat addımı atdı. Şirkət, tədarük zənciri tamamilə pozulsa da, müştərilərin narahat olmaması və zəruri mallarla təmin edilməsi üçün şirkətin 4 aylıq tədarükünə sahib olacağını öhdəsinə götürdü. Ən ekstremal situasiyalarda şirkətin ehtiyaclarını proqnozlaşdıran ağıllı alqoritmlər var, ona görə də tədarükçü mövsümdən asılı olaraq fəaliyyətini dayandırsa belə, şirkətin anbarında müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək üçün kifayət qədər məhsul var.

Şirkətin təchizat şöbəsinin işində aşağıdakı əsas cəhətləri ayırd etmək olar:

1) təşkilatın düzgün işləməsini təmin etmək üçün etibarlı və davamlı material axınının yaradılması;

2) səlahiyyətli təchizatçıların axtarışı, onlarla sıx qarşılıqlı əlaqə və faydalı əlaqələrin qurulması, alınan materialların dəstəklənməsi və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, keyfiyyət, kəmiyyət, çatdırılma və xidmət şərtlərinin lazımi səviyyədə saxlanması ilə ən aşağı ümumi xərclər haqqında razılaşması;

3) rəqabət qabiliyyətinin artırılması. Təchizat zəncirinin bütün xərclərinə nəzarət mənfəət gətirməyən və ya əlavə vaxt tələb edən əməliyyatları (fəaliyyətləri) müəyyən etməyə (məsələn, anbarda əlavə saxlama, daşınma və yoxlama), bütövlükdə təşkilatın rəqabət qabiliyyətini artırmağa imkan verir. Satınalma şöbəsi məhsulların çatdırılması şərtləri üzrə təchizatçılar qarşısında öhdəliklərini yerinə yetirmək üçün məhsul və xidmətlərin istehsalı üçün zəruri olan xammalın bərabər axınının təmin edilməsinə cavabdehdir (Olivye A., 2014: 405).

Logistika və təchizat bazar qiymətlərinə təsir edən kifayət qədər bahalı əməliyyatlardır. Bununla belə, bu, məhsulların rəqabət qabiliyyətini artırmaq qabiliyyətinə təsir göstərmir. Eyni zamanda, biznes uzunmüddətli strategiya hazırlamaq üçün uzaqgörən liderə ehtiyac duyur. Bəzi logistika binaları 40 il və ya daha çox müddətdə fəaliyyət göstərir. Ərazinin sahəsi, binanın forması və ölkədəki coğrafi yerləşməsini təyin etmək üçün bazarı anlamaq və məqsədləri düzgün təyin etmək lazımdır. Təbii ki, mərkəzləşdirilmiş logistika və təchizat hər bir dükana ayrıca bir tədarükçünün mal çatdırmasından daha ucuz başa gəlir. Çünki mərkəzləşdirilmiş yanaşma əslində yerli və regional məhsulları istehlakçılara daha yaxşı qiymətə təklif edə bilmək imkanı verir. Hər şeydən əlavə, mərkəzləşdirilmiş biznes yollardakı yük avtomobillərinin sayını azaldır, bu isə nəqliyyatın daha az sıxlığı və şəhərlərimizdə daha təmiz hava deməkdir.

Təkrar emal davamlılıq və rəqabət qabiliyyətinin əlavə bir açarıdır. Bu yolla tullantılardan düzgün istifadə etməklə xərclərin səmərəli idarə olunması və ətraf mühitə dəyən zərərin azaldılmasına nail olmaq olar. Şirkətin distribütor mərkəzinə həmçinin tullantı plastik, karton və taxta altlıqlar üçün təkrar emal prosesləri daxildir. Qutuların alışını azaltmaq və növbəti illərdə digər müəssisələrə təklif etmək üçün təkrar istifadə edilə bilən plastik qablar da hazırlanır. Veysəloğlu plastik və kartondan istifadəni azaltmaq və böyüməyə nail olmaq üçün avtomatlaşdırılmış həlləri araşdırmaq təşəbbüsləri üzərində işləyir. Mərkəzləşdirilmiş təchizat zənciri modeli birdən çox təchizatçıdan gələn sifarişləri bir çatdırılmada birləşdirməyə imkan verir və buna görə də birbaşa mağazaya çatdırılma modelindən daha səmərəlidir.

Şirkətin əməliyyatlarını daha səmərəli etmək və fiziki əməyi azaltmaq üçün şirkət skaner maşınları ilə sənədsiz sifariş qəbulunu həyata keçirir və hətta səsli əmrlərlə sifariş toplamanı araşdırır. Prosesləri optimallaşdırmaq və bazarda məhsulların rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün vaxta qənaət etmək və müştəri üçün dəyər yaratmaq üçün hər bir sifarişin bir neçə saniyə çəkməsi lazımdır. Şirkət yollarda daha çox avtomobil qalmamasını təmin etmək üçün daha böyük yük maşınlarına sərmayə qoyur. Şirkətin planlarına həmçinin geri dönərkən tədarükçülərdən məhsul almaq, tələbi daha dəqiq proqnozlaşdırmaq və stokda olan bütün məhsulların ehtiyatını saxlamaq üçün öz proqnozlaşdırma alqoritmindən istifadə etmək də daxildir. Çatdırılmanı tez və asan etmək üçün şirkət yük maşını mağazaya yaxınlaşarkən GPS və radar texnologiyasından istifadə etməklə mağazanın anbar qapısını açıb bağlamağa imkan verən "ağıllı kilid" texnologiyasına sərmayə qoyub. Bu proses məhsuldarlığı artırır, çünki çatdırılma gecə saatlarında həyata keçirilir, nəqliyyat vasitələri tıxacda vaxt itirmir və eyni zamanda mağaza işçilərinin bu saatlarda işdə olmasına ehtiyac qalmır (Porter M., 2000: 133).

Şirkətin işçilərinə də xüsusi diqqət yetirilir. Onların ideya və təkliflərinə uyğun olaraq şirkət öz sistemlərini tənzimləyir və bütün təchizat prosesi asanlaşdırır, daha məntiqli və səmərəli edir. Son bir neçə il ərzində şirkət 2000-dən çox iş yeri yaratmışdır. Belə ki, şirkət insanları işlə təmin

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

etməklə yanaşı, həm də karyera qurmalarına şərait yaradır. Şirkətin menecerləri və idarə heyəti hər kəsin məhsuldarlığını və təhlükəsizliyini təmin etmək, malların rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün çalışan, həm də öz ardıcıllarını yetişdirən ixtisaslı kadrlardır. Məsələn, şirkət qabaqcıl işçilərin bacarıq və təcrübələrini rəhbər vəzifələrə yüksəltmək məqsədi daşıyan "İşçidən Ekspertə" proqramı hazırlayıb. Menecerlərin gələcəkdə daha güclü liderə çevrilməsi üçün hərtərəfli qiymətləndirmə cədvəli də tətbiq edilir, sistemli təlimlər keçirilir, işçilər ixtisasartırma kurslarından keçirilir. Məsələn, bu yaxınlarda dünyanın ən böyük təchizat zəncirlərindən biri olan "Amazon modeli" ilə bağlı təlim təşkil olundu. Şirkəti Amazon və digər bu kimi uğurlu şirkətlərdən nə öyrənə biləcəyi və Azərbaycanda hansı təcrübələrin tətbiq oluna biləcəyi barədə daim fikir mübadiləsi aparır.

Təchizatın kifayət qədər əlaqələndirilməmiş təşkili səbəbindən şirkət vaxtında tədarük edilməməsi, tələb olunmayan ehtiyatların yaranması və s. səbəbindən çox pul itirə bilər. Bəzən alışların bir neçə struktur bölmə tərəfindən həyata keçirildiyi hallar olur ki, bu da xərclərə nəzarəti çətinləşdirir. Bundan əlavə, belə hallarda təşkilat təchizatçılarla əlverişli şərtlərlə müqavilə bağlamaq fürsətini əldən verir. Buna görə Şirkət satınalmaları mərkəzləşdirir və təchizat qaydaları tətbiq edir.

Nəticə

Şirkətin iş prosesinin qaydaları bütün mərhələlərdə təchizat şöbəsinin fəaliyyətini mümkün qədər rəvan təşkil etməyə kömək edir: tədarük planının formalaşdırılmasından malların iş yerinə göndərilməsinə qədər.

1. Satınalma Qaydası təchizat şöbəsinin idarə edilməsi və işçilərə nəzarət prosesini sadələşdirir. Digər istehsal bölmələri ilə qarşılıqlı əlaqəli məqsəd və vəzifələrin olması alıcılara texniki şərtləri düzgün tərtib etməyə, müəssisəni xammal, materiallar və s. ilə səmərəli təmin etməyə kömək edir. Bu vəzifələrin yerinə yetirilməsinin keyfiyyəti satınalmaların tənzimlənməsinin lehinə ikinci arqumentə səbəb olur: tənzimləmə yalnız təchizat şöbəsinin işini strukturlaşdırmır, həm də işçilərin səmərəli idarə edilməsinə və həvəsləndirilməsinə kömək edir.
2. Təchizat şöbəsinin əməkdaşları üçün şəffaf həvəsləndirmə sistemi qurulur. Şirkəti kadrlarla işə böyük diqqət yetirir, mütəxəssislərinin bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi üçün səylər göstərilir. İlk növbədə reqlamentin icrası sayəsində şöbənin əməkdaşları öz hüquqlarını, vəzifələrini, qarşılarında duran məqsədləri dərk edirlər.

Qazanclı müqavilələr üzrə işin nəticələrinə görə, işçilər bonuslar almaq imkanı əldə edirlər. Bir qayda olaraq, bonuslar səmərəlilik və çatdırılma müddəti üçün şərtlərin yerinə yetirilməsindən asılıdır. Aydın və başa düşülən motivasiya və bonuslar sistemi işçilərin şirkətin inkişafında maraqlı olacağına zəmanətdir.

3. Təchizatçılar satınalma fəaliyyəti tənzimlənən şirkətin satınalmalarında iştirak etməyə daha həvəslidirlər. Bu, rəqabəti və şirkətə inamı artırır. Uzunmüddətli perspektivdə bu, həm satın alan şirkət, həm də təchizatçılar üçün sərfəli müqavilələr verəcəkdir.
4. Tənzimləmə satınalmaların səmərəliliyini artırır. Satınalma prosesinin təşkilinə sistemli yanaşan şirkətlər bu satınalmaları strukturlaşdırmağa, daxili qaydaları tətbiq etməyə və nəticədə qənaət göstəricilərini artırmağa çalışırlar.

Təchizatçılarla əlaqələrin qurulması istehsal sisteminin fəaliyyətinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır və ümumi səmərəliliyin zəruri tərkib hissəsidir. Keyfiyyətin 60%-ə qədəri hazır məhsulun dəyəri, saxlanılan ehtiyatların səviyyəsi təchizatçıların işindən asılıdır.

Şirkət çoxsəviyyəli çevik təchizat sisteminin elementlərinin tətbiqi üçün müddəaları nəzərə alaraq logistika sisteminin əsas çatışmazlıqlarını aradan qaldırır. Uyğunlaşma konsepsiyasına uyğun olaraq, komponentlərin istehsalı çevik çoxpilləli sistemdə qurulmuş ixtisaslaşmış təchizatçı müəssisələrdə yerləşir. Belə bir sistemdə təchizatçı və istehlakçı arasında qarşılıqlı əlaqə uzunmüddətli olur.

Çoxsəviyyəli təchizat zənciri ierarxik bir quruluşdur. Bu sistemdə hər bir əlaqə ümumi məqsədə tabedir və son nəticəyə - məhsulların rəqabət qabiliyyətinə cavabdehdir. Bu sistemin nəticələri aşağıdakılardır: komponentlərin istehsalı üçün kiçik ixtisaslaşdırılmış istehsalatlar; istehsalçı ilə təchizatçılar arasında şaquli münasibət, uzunmüddətli müqavilələrin bağlanması; çox vaxt inkişaf fəaliyyətləri ilə birləşdirilən böyük həcmdə təchizat; 2-ci, 3-cü və 4-cü səviyyəli təchizatçılarla şaquli iyerarxiya.

Satınalma fəaliyyətinin səmərəliliyinin göstəricilərini uzun müddət müəssisə üçün əlverişli səviyyədə təmin etmək lazımdır. Bu, satınalma prosesinin təşkilati modellərinin inkişafı üçün müasir istiqamətləri əvvəlcədən müəyyən etdi.

Təchizat prosesinin xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq, bu prosesin təşkilati modeli həm təchizat prosesinin xarici mühiti ilə qarşılıqlı əlaqənin alqoritmi, həm də daxili mühitin subyektlərinin idarə edilməsi mexanizmi olmalıdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Karx D.A. «Ekonomicheskaya i sotsialnaya effektivnost uslug roznichnoy torgovli»: avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk:/ Karx Dmitriy Andreyevich. Yekaterinburg, 2012.
2. Olivye A. «Mejdunarodniy marketing» / Akademiya rinka: Marketing / A. Olivye, A. Diana, R. Urs; per. s fr. A. Diana, F. Bukkerel, R. Lankar i dr. – Moskva, 2014
3. Porter M. «Konkurs» / M. Portye. per. s Ang. – Moskva, 2012
4. Smoleychuk I.M. «Konkurentosposobnost legkoy promishlennosti stran Dalnego Vostoka»/ Irina Matveyevna Smoleychuk. Vladivostok, 2017
5. Fatxutdinov R.A. Upravleniye konkursnoy organizatsiyey. Moskva, 2012
6. Christopher M. «Logistics and Supply Chain Management», 2nd edn, Prentice Hall, Ch. 3, London, 2017
7. Green K.W. «Production and Operations Management Philosophies, Evolution and Synthesis, revised August, Henderson State University, 2013
8. https://veyseloglu.az/investor-relations/business-indicators

ЗНАЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ СНАБЖЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Адиль Ахмедов[1], Лейла Алиева[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский Государственный Экономический Университет
[1]Доктор философии по экономике
[2]Магистрант, leylash09@mail.ru

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

РЕЗЮМЕ

В условиях усиления инновационного развития мирового и национального хозяйства, влияния процессов глобализации и интеграции, усиления конкуренции между хозяйствующими субъектами возникает необходимость пересмотра факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий розничной торговли. Эти обстоятельства обусловливают необходимость изучения методологических основ управления их конкурентоспособностью для решения задачи обеспечения эффективной деятельности предприятий розничной торговли, формирования и реализации конкурентных преимуществ, позволяющих обеспечить их стабильное положение на потребительском рынке.

Под влиянием различных факторов и в зависимости от запасов конкурентоспособность может увеличиваться или уменьшаться. Под резервами конкурентоспособности понимаются неиспользованные возможности предприятия по оптимизации затрат и увеличению прибыли. К таким факторам относятся: человеческие ресурсы; физические ресурсы; ресурс знаний; денежные ресурсы; инфраструктура. Внешние факторы рассматриваются как совокупность факторов, определяющих условия функционирования предприятий розничной торговли на потребительском рынке. К внутренним факторам относятся маркетинговый, научно-технический, производственно-технологический, финансово-экономический, экономический потенциал, эффективность рекламы, состояние материально-технической базы, послепродажное обслуживание.

Процессы логистических закупок на текущий период оказывают важное влияние на укрепление конкурентоспособности компаний. Поиск путей решения задач закупочной логистики является ключевым параметром в управлении организацией как с точки зрения оперативного, так и стратегического управления, а также в поиске новых направлений реформирования экономических и организационных аспектов закупок. Одной из важнейших целей управления цепочкой поставок компании является повышение конкурентоспособности предприятия.

Статья посвящена оценке текущего состояния эффективной системы снабжения и конкурентоспособности компании. В это время был проведен анализ роли эффективной системы снабжения в повышении уровня конкурентоспособности компании.

Ключевые слова: конкуренция, закупки, логистика, отдел снабжения, цепочка поставок

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-226

E-ISSN: 2674-5224
239-253 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

STATISTICAL ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN IN TERMS OF THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Aynur Jabbarova[1], Mahal Yolchuyev[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor
[2]Master student, mahal.yolcuyev@mail.ru

ABSTRACT

Small and medium business is of great importance for the development of the national economy. First, SMEs can be seen as one of the main sources of tax revenue. Therefore, SMEs participate in the formation of the budget by deducting the profits of various organizations. In addition, the development of SMEs creates conditions for the creation of new jobs, that is, it is a source of income for the population. Second, SMEs are an important part of the economy. SMEs are able to respond to environmental changes more smoothly than large enterprises, adapting to market changes that reflect the flexibility and mobility of small and medium-sized enterprises. Third, SMEs play an important role in the social and economic sphere. Since the economic activity of SMEs covers a large part of the population, they can influence the level of employment and reduce unemployment by creating new jobs for the population. Because SMEs are more professional, they can take into account the individual characteristics of each buyer. Fourth, with the help of small and medium enterprises, new products and services are created that contribute to the development of science and technology.

State programs of the Republic of Azerbaijan are prepared and implemented in accordance with the strategic plan of the state in the field of small and medium entrepreneurship development. Government programs help support small and medium-sized businesses and ease the financial burden on businesses. On the other hand, we believe that entrepreneurs make the most of the opportunities given to them. For this, they should take a closer look at existing state support programs. Infrastructure has been created as a basis for supporting and developing SMEs. A regional network of business incubators, innovation centers, technology parks, transfer and technology centers, microfinance funds and export-oriented business support structures has been established. Information, marketing and legal systems have been introduced to support small and medium-sized businesses. In addition, a simplified procedure for accounting for various types of activities, as well as new forms of electronic taxation and statistical reports were introduced. Such factors have once again shown that SMEs play an important role in the country's economy.

In the medium-term socio-economic development strategy prepared within the framework of "Azerbaijan 2030: National priorities of socio-economic development", the transformation of small and medium-sized businesses into the main source of economic growth and employment is defined as one of the country's strategic goals. The Small and Medium Business Development Agency of the Republic of Azerbaijan (SMB) carries out the activities of regulating the SME sector, improving the provision of state services to business entities, protecting the interests of SMEs, improving their access to knowledge and innovations, markets and finance, and providing support and services to SMEs. . KOBIA has built its activities on the basis of close cooperation with the business sector to learn and meet the needs of these enterprises. Taking into account that

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

small and medium enterprises play an important role in the formation of the market economy, they enrich the local market with local raw materials, raise the standard of living of the population, open new jobs and serve to expand employment, create an environment of free competition and increase the employment of the population. Therefore, the main direction of the national economic policy for the stable and efficient operation of the economy of each state is the development and expansion of small and medium enterprises.

The development of the world economy once again proves the importance of the role of small and medium enterprises (SMEs) in the national economy. On the one hand, SMEs eliminate the problem of unemployment by creating new jobs in the country, and on the other hand, they create a competitive environment with quality service and cheap prices. Small businesses provide additional stability to the economy by responding to changes in consumer demand and market conditions. Small and medium-sized enterprises face complex problems in business financing during their activities. The second indispensable quality of small and medium business is its contribution to the formation of the middle class. It stabilizes the position in the society and prevents its polarization, as if smoothing out the contrasts. According to the researches of international financial institutions, at present, about 70% of the economically active population in the regions of Azerbaijan are engaged in private entrepreneurial activities or small and medium businesses. KOBIA continues to take important steps in the field of expansion and development of the activities of SMEs at the international and local level, in accordance with the state's priorities, in the field of supporting SME subjects.

Therefore, the article is devoted to the statistical analysis of the modern state of small and medium business in the Republic of Azerbaijan. Ensuring economic development in the regions, as well as increasing the weight of small and medium enterprises (SMEs) in the regions, expanding access to financial resources, attracting local and foreign investments, improving their support mechanism, creating favorable conditions for SMEs are the main research subjects of the article.

Keywords: micro, small and medium entrepreneurship, economic policy, business, investment

AZƏRBAYCAN RESPUBLIKASINDA KOB-LARIN MILLI IQTISADIYYATIN INKIŞAFI BAXIMINDAN ƏHƏMIYYƏTININ STATISTIK TƏHLILI

Aynur Cabbarova[1], Mahal Yolçuyev[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1] İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, mahal.yolcuyev@mail.ru

XÜLASƏ

Kiçik və orta biznes milli iqtisadiyyatın inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Birincisi, KOB-ları vergi gəlirlərinin əsas mənbələrindən biri kimi görmək olar. Buna görə də, KOB-lar müxtəlif təşkilatların mənfəətini çıxmaqla büdcənin formalaşmasında iştirak edirlər. Bundan əlavə, KOB-ların inkişafı yeni iş yerlərinin yaradılmasına şərait yaradır, yəni əhalinin gəlir mənbəyidir.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

İkincisi, KOB-lar iqtisadiyyatın mühüm hissəsidir. KOB-lar kiçik və orta müəssisələrin çevikliyini və mobilliyini əks etdirən bazar dəyişikliklərinə uyğunlaşaraq, ekoloji dəyişikliklərə iri müəssisələrə nisbətən daha rəvan cavab verə bilirlər. Üçüncüsü, KOB-lar sosial və iqtisadi sahədə mühüm rol oynayır. KOB-ların iqtisadi fəaliyyəti əhalinin böyük hissəsini əhatə etdiyi üçün onlar məşğulluq səviyyəsinə təsir göstərə və əhalinin yeni iş yerləri açması nəticəsində işsizliyi azalda bilər. KOB-lar daha peşəkar olduqları üçün hər bir alıcının fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə ala bilərlər. Dördüncüsü, kiçik və orta müəssisələrin köməyi ilə elm və texnologiyanın inkişafına töhfə verən yeni məhsul və xidmətlər yaradılır. Buna görə də məqalə Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta biznesin müasir vəziyyətinin statistik təhlilinə həsr edilmişdir. Regionlarda iqtisadi inkişafın təmin olunması, həmçinin regionlarda kiçik və orta sahibkarlığın (KOB) çəkisinin artırılması, bununla əlaqədar maliyyə resurslarına çıxış imkanlarının genişləndirilməsi, yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi, onlara dəstək mexanizminin təkmilləşdirilməsi, KOB-lara əlverişli şərait yaradılması kimi problemlər məqalənin əsas tədqiqat predmetlərindəndir.
Açar sözlər: mikro, kiçik və orta sahibkarlıq, iqtisadi siyasət, biznes, investisiya.

Giriş

Azərbaycan hökuməti KOB-ların əhəmiyyətini dərk edir və KOB-ların inkişaf edə biləcəyi mühit yaratmağa çalışır. Bir sıra tədbirlər, o cümlədən "Sahibkarlıq haqqında", "Kiçik sahibkarlığa dövlət yardımı haqqında", "Hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı və dövlət reyestri haqqında" qanunlar, "Kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində idarəetmənin daha da təkmilləşdirilməsi haqqında" 1771 nömrəli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı qəbul edilmişdir. İnstitusional dəstək strukturlarının, xüsusilə Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin (KOBİA), Sahibkarlar Şurasının, eləcə də Ailə Müəssisələrinə Dəstək Təşəbbüsünün (ABAD) yaradılmasında mühüm irəliləyişlər əldə edilmişdir. Bu, 2016-cı ilin nəticələri ilə müqayisədə xüsusilə institusional və tənzimləyici baza baxımından 2020-ci il İƏİT KOB Siyasəti İndeksində Azərbaycanın mövqeyinin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşması ilə nəticələnmişdir.

Məqsəd

Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda KOB-ların müasir vəziyyətinin statistik təhlilini aparmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Ölkəmizdə mikro, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının təmin edilməsi iqtisadi siyasətin prioritet istiqamətlərindən biri hesab olunur. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasına və yeni iqtisadi şəraitə uyğun olaraq, sahibkarlığın inkişafı və onun rolunun artırılması istiqamətində islahatlar həyata keçirilir. Bununla yanaşı iqtisadiyyatın özəl sektorunun inkişafı, biznes və investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, habelə bu sektorun inkişafı üçün müasir çağırışlara cavab verilməsi sahəsində dəstək mexanizmlərindən istifadə olunur. Bütün bu qeyd etdiyimiz cəhətlər mövzunun araşdırılmasının aktuallığına səbəb olmuşdur.

Metodlar

Məqalədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində qrafik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Belə ki, bu metodların köməyi ilə Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrin iqtisadi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

rayonlar üzrə bölgüsü, 2021-ci ildə Azərbaycanda müəssisələr üzrə əsas göstəricilər, iqtisadi rayonlar üzrə kiçik və orta biznes subyektlərinin bölgüsü, fəaliyyət göstərən, yeni yaradılmış və ləğv edilmiş kiçik və orta biznes subyektlərinin sayı, kiçik müəssisələrdə çalışan işçilərinin sayı, kiçik və orta biznesin milli iqtisadiyyatda payı və s. bu kimi bir sıra məsələlər araşdırılmış, müvafiq cədvəl və qrafiklərlə verilmiş, daha sonra təhlilləri aparılmışdır. Təhlildə empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə Azərbaycanda kiçik və orta biznesin inkişaf perspektivləri müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Yeni sərəncama əsasən, mövcud müəssisələrin kiçik, orta və iri kateqoriyalar üzrə təsnifatı əsasən "işçilərin orta sayı" və "illik gəliri" ilə müəyyən edilir. Meyarlardan hər hansı biri onun hüdudlarını aşarsa, şirkətin təsnifatı daha yüksək səviyyəyə dəyişdirilir. Yeni müəssisələrə gəlincə, kiçik, orta və iri müəssisələr vergilərin dövlət qeydiyyatına alındığı və uçota alındığı tarixdən bir il sonra "işçilərin orta sayı" əsasında təsnif edilir. Bundan əlavə, yeni sərəncam əsasında müəssisənin bütün mallarının, fəaliyyətinin və xidmətlərinin ümumi məbləği maliyyə ili üzrə illik gəlirə əlavə edilir. Cədvəl 1-də göstərilənlərin hamısı kiçik və orta müəssisələrin sayına görə təsnif edilir.

Cədvəl 1. Azərbaycanda kiçik müəssisələrin müəyyən edilməsi meyarları.

Ölçü baxımından sahibkarlıq kateqoriyası	İşçilərin orta sayı	İşçilərin orta sayı. Yalnız vergi məqsədləri üçün	İllik gəlir	İllik gəlir. Yalnız vergi məqsədləri üçün
Kiçik	25 işçiyə qədər	Öz-özünə işləyən (Mülkəsiz işçi yoxdur)	200 min manata qədər	200 min manata qədər
Orta	25-125 işçi		200-1.250 min manat arası	
Böyük	125-dən çox işçi		Daha çox 1.250 min manat	

Mənbə: https://e-qanun.az/framework/41048

Regionlar sosial-iqtisadi inkişafı üzrə dövlət proqramlarının qəbulundan ötən dövr ərzində ölkədə sahibkarlığın dinamik inkişafı və genişləndirilməsi, sahibkarlara dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi və onların hüquqlarının müdafiəsinin etibarlı mexanizmlərinin yaradılması istiqamətində kompleks tədbirlər həyata keçirilmiş, güclü özəl sektor formalaşmışdır. Ölkədə biznes və investisiya mühiti formalaşmışdır ki, bu da sahibkarların sayının artması və ölkə iqtisadiyyatının yüksəlib aparıcı qüvvəyə çevrilməsinə təkan vermişdir. Görülən işlər nəticəsində 2018-ci ildə özəl sektorun ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisi 80 faizi, məşğulluğun səviyyəsi 75 faizi, dövlət qeydiyyatına alınmış sahibkarlıq subyektlərinin sayı 950 mini ötmüşdür. Qeydiyyata alınmış sahibkarlıq subyektlərinin 66,6 faizi regionların payına düşüb ("Azerbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cu illerde sosial-iqtisadi inkishafı Dovlet Proqramı"nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı).

2019-cu il üçün Azərbaycan regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının yekunlarına nəzər yetirdikdə görərik ki, 2019-cu ildə ölkəmizdə iqtisadiyyat və sənayedə mühüm irəliləyişlər əldə olunmuşdur. İqtisadiyyatda 2,2% artım müşahidə edilmişdir. Qeyri-neft sektorunda artım 14% -dən çox olmuşdur ki, bunun da əsas səbəbi 2019-cu ildə istismara verilmiş iri sənaye

müəssisələrinin fəaliyyəti ilə yanaşı kiçik və orta biznesin inkişafı, sahibkarlıq mühitinin yaxşılaşdırılması kimi amillər mühüm rol oynamışdır. Azərbaycanda biznes mühitində olan irəliləyişlər Dünya Bankının hesabatlarında da öz əksini tapmışdır. Belə ki, "Doing Business" hesabatına görə Azərbaycan 2019-cu il göstəricilərinə görə 20 ən islahatçı ölkədən biri olduğu qeyd edilmişdir (https://president.az/az/articles/view/35705).

2020-ci ildə KOB-lar iqtisadi potensialına görə az inkişaf etmiş olaraq qalır. 2020-ci il iyulunda təxmini olaraq 1.13 milyon KOB qeydiyyata alınmışdır. Bu KOB-ların 87%-i fərdi sahibkarların payına düşür. 2018-ci ildə ÜDM-in 60%-ni və məşğulluğun 60-70%-ni təşkil edən İƏİT ölkələri ilə müqayisədə Azərbaycanda KOB sektoru ÜDM-in 13,4%-ni və ümumi məşğulluğun 42,9%-ni təşkil edib. 2025-ci il strateji baxışına əsasən, KOB sektoru milli ÜDM-in 60%-ni, ümumi məşğulluğun 70%-ni və bütün qeyri-neft ixracının 40%-ni təşkil etməlidir ("Aİ Biznes Muhiti Hesabatı, 2020: 15).

Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin məlumatına görə, 2021-ci ilədək iqtisadiyyatın bütün sahələrində sahibkarlıq subyektlərinin sayı 792 min 764 nəfər olub. 2021-ci ildə sahibkarlıq subyektlərinin sayı 2020-ci illə müqayisədə 77 min 179 ədəd artıb. Bakı şəhəri üzrə sahibkarların ümumi sayının 36,1 faizi, digər regionlar üzrə isə 63,9 faizi Bakıda qeydiyyatdan keçib. Qeyd edək ki, hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslərin sayı 685 406 nəfər olmuşdur ki, bu da onların sayının əvvəlki illərlə müqayisədə artdığını göstərir ("Azerbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cu illerde sosial-iqtisadi inkishafı Dovlet Proqramı"nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı).

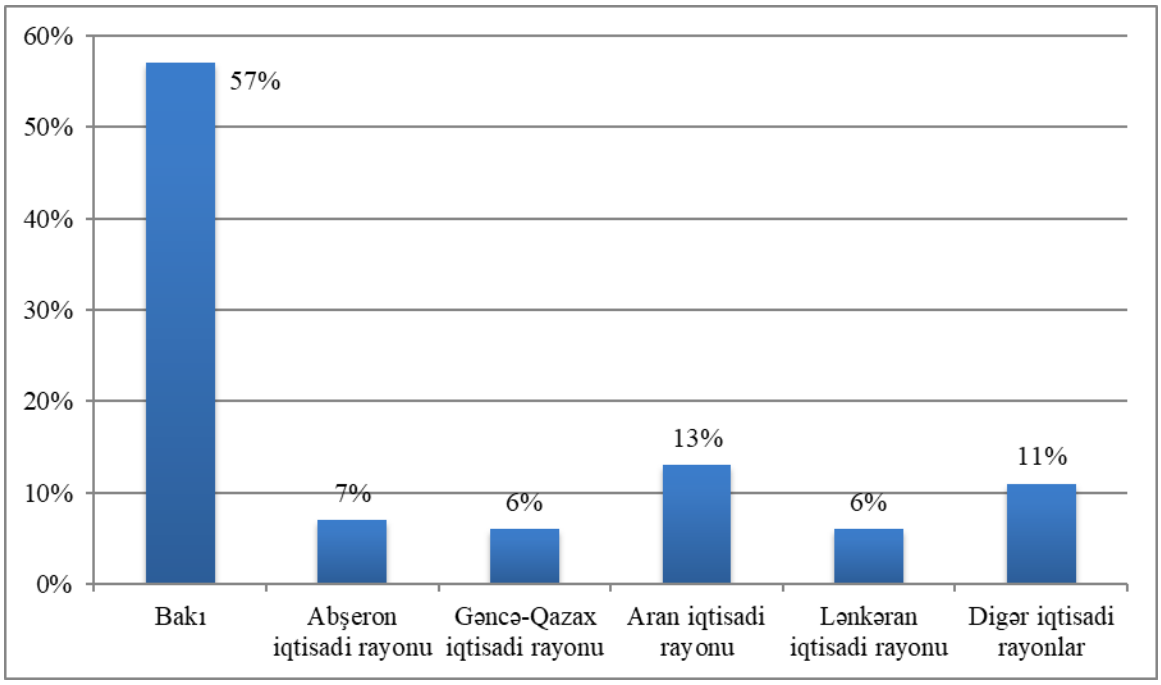
Ümumilikdə, 2021-ci ilin məlumatına görə, ölkədə əksər müəssisələrdə kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyət göstərmişdir ki, bu göstərici 86517 ədəd təşkil edib, o cümlədən 2020-ci ildə kiçik və orta müəssisələrin sayı 26 bənddən 2021-ci ilədək 7477 ədəd artımı müşahidə olunmuşdur.

Təəccüblü deyil ki, Bakıda xeyli sayda kiçik və orta müəssisələri görmək olar (56,7%). Əsas səbəb odur ki, əhalinin böyük hissəsi Bakıda cəmləşib və digər iqtisadi fəaliyyətlərlə müqayisədə şəhərin iqtisadi fəaliyyətinin böyük hissəsi Bakıdadır. Əsasən Bakıdan sonra daha kiçik və orta müəssisələrə Aran (13%) və Abşeron (7%) daxildir.

Azərbaycanda müəssisələrin əsas göstəriciləri təfərrüatlıdır. 2020-cı ildə bütün şirkətlərin 80,6 faizi kiçik və orta müəssisələr olub, əlavə dəyər isə cəmi 4 faiz təşkil edib. Eyni zamanda, digər MDB ölkələri ilə müqayisədə Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrin payının qeyri-qənaətbəxş olduğunu görürük. Kiçik və orta müəssisələrin ÜDM-də payı Gürcüstanda 43%, Ermənistanda 42%, Ukraynada 58% təşkil edirsə, son rəqəmlərə görə (2021-ci il) bu rəqəm 4% təşkil edir. KOB-un inkişaf dinamikasının təhlili Azərbaycanda KOB sektorunu və onun rolunu daha ətraflı öyrənmək üçün KOB-ların inkişaf dinamikasını təhlil edək. Milli Statistika Komissiyasının məlumatına görə, 2018-ci ildən 2020-ci ilə qədər kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayına dair statistik məlumatlar Cədvəl 2-də göstərilib.

Qrafik 1. Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrin iqtisadi rayonlar üzrə bölgüsü

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Cədvəl 2. Fəaliyyət göstərən, yeni yaradılmış və ləğv edilmiş kiçik və orta biznes subyektlərinin sayı.

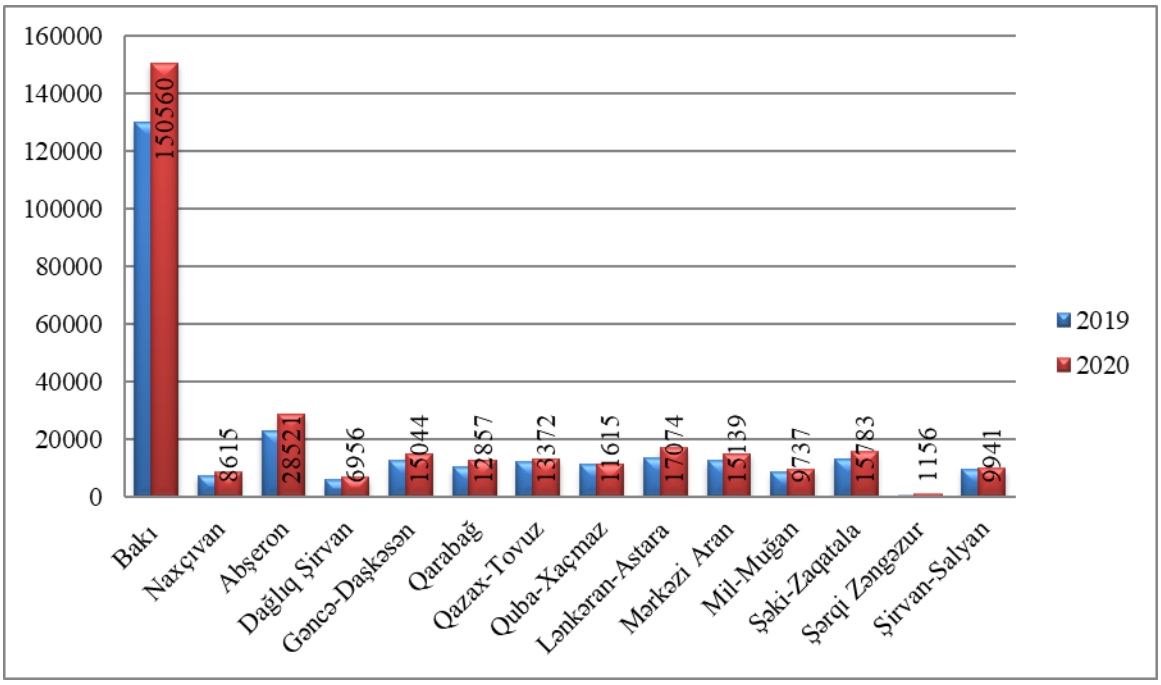
İllər	2018	2019	2020
Fəaliyyətdə olan kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	4930	5956	5943
Yeni yaradılmış kiçik sahibkarlıq subyektləri olan müəssisələrinin sayı	233	161	161
Ləğv edilmiş kiçik sahibkarlıq subyektləri olan müəssisələrinin sayı	42	17	19

Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Cədvəli araşdırdığımız zaman 2018-ci illə müqayisədə 2019-2020-ci illərdə KOB-ların sayında ciddi artım müşahidə edirik. Eyni zamanda, 2019-2020-ci illərdə yeni yaradılan və ləğv edilən KOB-ların sayı 2018-ci illə müqayisədə azalıb. Nəticədə 2019-cu ildə müvafiq olaraq 161, 2020-ci ildə 17 və 19 şirkətlə müqayisədə 2018-ci ildə 233 yeni şirkət yaradılıb, 42 şirkət ləğv edilib.

Qrafik 2. İqtisadi rayonlar üzrə kiçik və orta biznes subyektlərinin bölgüsü

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Qrafik 3-dən göründüyü kimi, Azərbaycan Respublikasının iqtisadi rayonlarında kiçik və orta biznesin inkişafı qeyri-bərabər şəkildə paylanmışdır. Ona görə də 2019-2020-ci illərdə yüksək göstərici Bakı və Abşeron iqtisadi zonalarının payına düşür. 2020-ci ildə təkcə Bakıda 150560 sahibkarlıq subyekti qeydiyyatdan keçib. Hər bir regionda müəssisələrin sayı və ölkə üzrə ümumi payının əks olunduğu göstəricilərdə nəzərəçarpacaq dəyişiklik olmamışdır. Belə ki, Quba-Xaçmaz, Şirvan-Salyan bölgələrində KOB-ların sayında dəyişiklik qeydə alınmayıb.
Qeyd edək ki, Şərqi Zəngəzur son illər kiçik və orta sahibkarlıq üçün ən az aktiv iqtisadi zona olub. Hamımıza məlum olduğu kimi, bunun əsas səbəbi iqtisadi zonanın uzun müddət erməni qəsbkarları tərəfindən zəbt olunmasıdır. 2020-ci il noyabrın 8-də Azərbaycan ordusunun 44 günlük hərbi əməliyyatı işğala böyük qələbə ilə yekun vurdu. Ölkəmizin regiona göstərdiyi xüsusi diqqət və qayğı nəticəsində yaxın gələcəkdə iqtisadi zonada KOB-ların sayının artacağı şübhəsizdir.
2018-2020-ci illərdə işçilərin sayının dinamikasını araşdırdığımız zaman KOB sektorunda məşğul olanların sayında artım tendensiyası müşahidə edirik. 2018-ci illə müqayisədə 2019-cu ildə kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin məşğulluğu 12% artaraq 85072 nəfərə çatıb. KOB-ların sayının və məşğulluğun səviyyəsinin artması KOB-ların inkişafına müsbət təsir göstərən bir sıra amillərlə izah oluna bilər. Bu amillərə əhalinin real gəlirlərinin artması, vergi yükünün azaldılması, KOB-ların regional fəaliyyətinin genişləndirilməsi və KOB-un dəstəklənməsi üzrə dövlət proqramının həyata keçirilməsi daxildir.

Cədvəl 3. Kiçik müəssisələrdə çalışan işçilərinin sayı, nəfər.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

2018	2019	2020
76,104	85,072	92,125

Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

2018-2020-ci illərdə ölkə iqtisadiyyatında KOB-ların rolu əsasən qeyri-neft- qaz sektorunda xüsusilə fərqlənmişdir.

Cədvəl 4. Kiçik və orta biznesin milli iqtisadiyyatda payı (faiz).

Göstəricilər	2018	2019	2020
Əlavə dəyər qeyri neft-qaz sektoru üzrə	1,7 3,0	1,9 3,2	2,5 3,5
İşçilərin sayı qeyri neft-qaz sektoru üzrə	11,5 12,1	11,2 16,7	11,1 12,9
Əsas kapitala investisiyalar qeyri neft-qaz sektoru üzrə	6,3 9,8	3,0 3,9	3,3 7,7

Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Cədvəl 4-dən demək olar ki, ölkə iqtisadiyyatında qeyri-neft-qaz sektorunda KOB-ların xüsusi çəkisi neft-qaz sektoruna nisbətən daha yüksəkdir. Bunu son illərdə qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində həyata keçirilən milli siyasətin və silsilə tədbirlərin uğurlu nəticəsi kimi qiymətləndirmək olar.

Cədvəldən göründüyü kimi, 2018-ci ildən 2020-ci ilə qədər KOB-ların yaratdığı əlavə dəyərin məbləği artmışdır. Lakin 2020-ci ildə epidemiya ilə əlaqədar həyata keçirilən məhdudlaşdırıcı tədbirlər və müəssisələrin sayının azalması qeyri-neft-qaz sektorunda KOB-ların sayının əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə azalmasına səbəb olub.

KOB-ların qeyri-neft-qaz sektoruna yatırdıqları əsas kapitalın xüsusi çəkisi 2018-ci illə müqayisədə (9,8%-dən 3,9%-ə) azalsa da, 2020-ci ildə əhəmiyyətli dərəcədə (7,7%-ə) artıb. 2016-2021-ci illər arasında qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı artmağa meylli olmuşdur (Cədvəl 5).

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, kiçik və orta sahibkarlıq xarici maliyyə mənbələri kimi bank kreditlərinə üstünlük verir. Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrin sayının artması fonunda onların ölkə iqtisadiyyatına töhfəsi lazımi səviyyədə deyil. Bu, iqtisadiyyatın neft sektorundan asılı olması ilə bağlıdır.

KOB-ların inkişafına mane olan amillərdən biri də maliyyə resurslarının olmamasıdır. Müxtəlif beynəlxalq təşkilatlar ölkədəki biznes mühitini qiymətləndirərək qeyd edirlər ki, müəssisələr öz bizneslərini inkişaf etdirmək üçün lazımi maliyyə resurslarını cəlb etmək çətindir. Bu səbəbdən KOB-lar maliyyə problemini daxili imkanlar hesabına həll etməyə çalışırlar. Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın (KOB) inkişafı iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, rəqabət qabiliyyətinin artırılması, məşğulluğun artırılması, istehlak mallarına tələbatın yerli mənbələrdən ödənilməsi və iqtisadi inkişafın təmin edilməsi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir (Abdullayev E., 2021).

Azərbaycanda, eləcə də bütün dünyada mikro, kiçik və orta sahibkarlıq (KOB) iqtisadiyyatın aparıcı qüvvəsi, sabit və davamlı inkişafın açarıdır. Azərbaycanda sahibkarların təqribən 99,6%-i kiçik və orta sahibkarlıq subyektləridir. Onların 93,3 faizi mikro, 4,5 faizi kiçik, 1,8 faizi isə orta

sahibkarlıq subyektləridir. Ölkəmizdə KOB-lar əsasən ticarət, tikinti, emal, kənd təsərrüfatı, logistika və s. sahələrdə çalışırlar. Ötən il 2020-ci illə müqayisədə KOB-ların dövriyyəsi orta hesabla 85% artıb (https://smb.gov.az/az/all-news/olke-sahibkarlarinin-996-ni-kob-lar-teskil-edir). Bu yolda mühüm mərhələ 1997-2000-ci illər üçün nəzərdə tutulmuş kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dair ilk proqramın Azərbaycan Prezidenti tərəfindən işlənib hazırlanması və təsdiq edilməsi olmuşdur. Onun həyata keçirilməsi sayəsində bu biznesin hüquqi bazası inkişaf etdirilmiş, sahibkarlığın tənzimlənməsi əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Təhsil, informasiya və məsləhət xidmətləri göstərən strukturlar daha çox işləməyə başlamışdır. Sahibkarların hüquq və qanuni mənafelərinin müdafiəsi istiqamətində tədbirlər həyata keçirilmiş, onların fəaliyyətinə qanunsuz müdaxilələrin qarşısının alınması və əsassız yoxlamaların aradan qaldırılması üçün "Nəzarət kitabçası"ndan istifadəyə başlanılmışdır. KOB-ların regional strukturlarının fəaliyyəti, beynəlxalq, regional əməkdaşlıq və KOB sahəsində xarici dövlətlərin milli təşkilatları ilə əlaqələr genişlənmişdir.

2018-ci ildə Azərbaycan iqtisadiyyatında özəl sektor dominant mövqe tutmuşdur: onun ÜDM-də payı 70,7 faiz, sənaye istehsalı 48,3 faiz, kənd təsərrüfatı 99 faiz, tikinti 76,1 faiz, daxili ticarət 98,4 faiz təşkil etmişdir. Özəl firmalar əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin 62,5 faizini, sərnişin daşımalarının 83,9 faizini həyata keçirirlər. Xarici ticarət dövriyyəsinin 59 faizi, ixracın 52,6 faizi onların payına düşür. Ölkənin dövlət büdcəsinin demək olar ki, 40%-i gəlirlər və qeyri-dövlət sektoru hesabına formalaşır. Eyni zamanda, özəl firmaların 80,1%-ni işlədən kiçik və orta biznesin ÜDM-də payı beş il ərzində 24,7%-dən 42,7%-ə yüksəlib ("Azerbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cu illerde sosial-iqtisadi inkishafı Dovlet Proqramı"nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı).

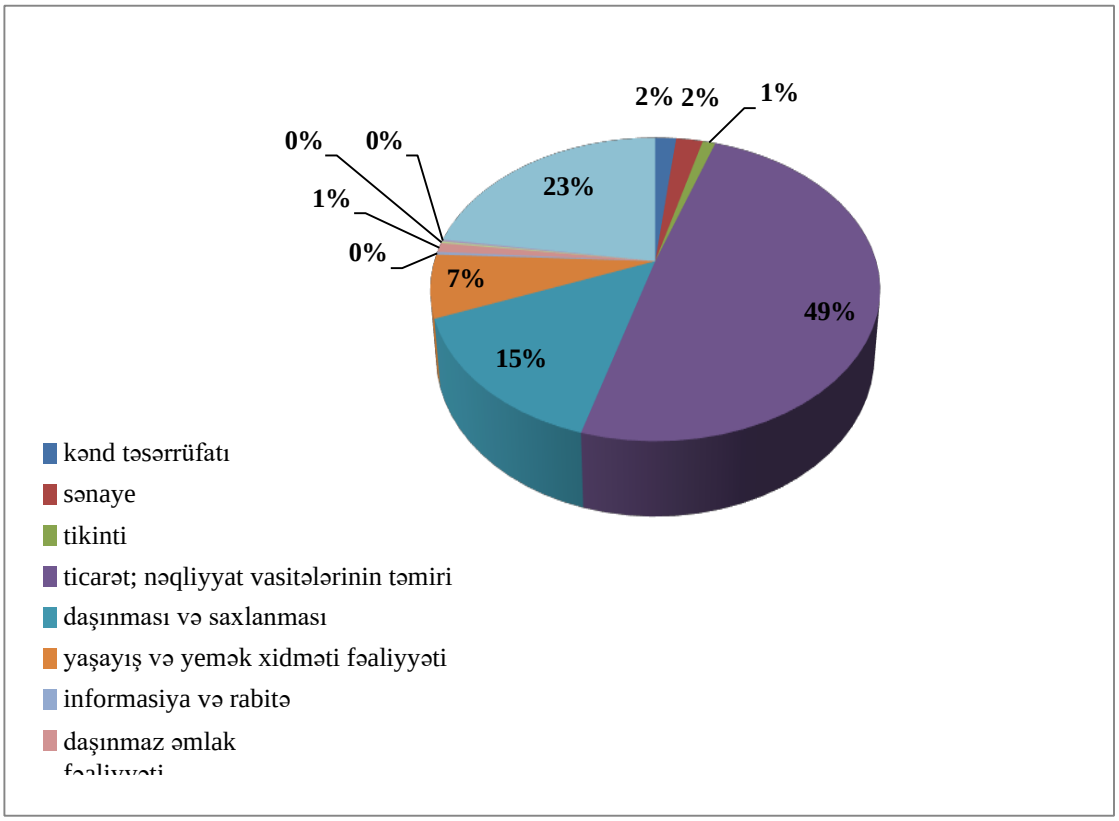
Bugünkü qlobal bazarın səhvlərindən biri kiçik və orta bizneslərin köhnəlmiş müflisləşmə modelində kifayət qədər kök salmasıdır. Ancaq unutmaq olmaz ki, əksər hallarda kiçik və orta bir müəssisə, mövcudluq müddəti baxımından böyük müəssisədən praktiki olaraq geri qalmır. Bazardakı dəyişikliklərə dözmək daha asan olan və müvafiq olaraq bütün yeniliklərə daha tez uyğunlaşan kiçik və orta bir biznesdir.

Kiçik və orta biznesin üstünlüklərindən biri odur ki, maksimum səmərəliliyə nail olmaq üçün onun geniş miqyasda böyüməsinə ehtiyac yoxdur. Bu, mütləq uğur üçün şərt deyil. Başqa sözlə desək, onun qolundakı "trump ace" həmişə müştərilərə ən qısa müddətdə daha yaxşı məhsul və xidmətlər təqdim etmək bacarığıdır. Kiçik və orta biznesin gücü "ruhun xeyirxahlığında" deyil, ayaqda qalmaq istəyindədir. Çox vaxt bu sahədə işçilər və marketinq və istehsalda daha çox gəlir əldə edirlər.

Dünya statistikasına görə, dünyanın əksər ölkələrində Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM) ən azı yarısı kiçik və orta biznesin payına düşür. Azərbaycanda kiçik və orta biznesin ÜDM-də payı 25%-dən azdır, rəsmi statistikaya görə - 2019-cü ildə 23,5%. Özbəkistanda bu göstərici təxminən 54%, Qırğızıstanda isə 40% səviyyəsindədir. Azərbaycanın qeyri-neft ÜDM-i kontekstində kiçik və orta biznesin payı artıq 41-42%-ə uyğundur. Başqa sözlə, Azərbaycan iqtisadiyyatında kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri tərəfindən gündəlik 37-38 milyon manat dəyərində mal və xidmət yaradılır. Bununla belə, pay kiçik və orta biznesin iqtisadiyyatdakı rolunu əks etdirən əsas keyfiyyətdən uzaqdır (https://smb.gov.az/storage/documents/KOB%20icmal%202018-2019%20-%20inside.pdf).

Qrafik 3. Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin paylanması

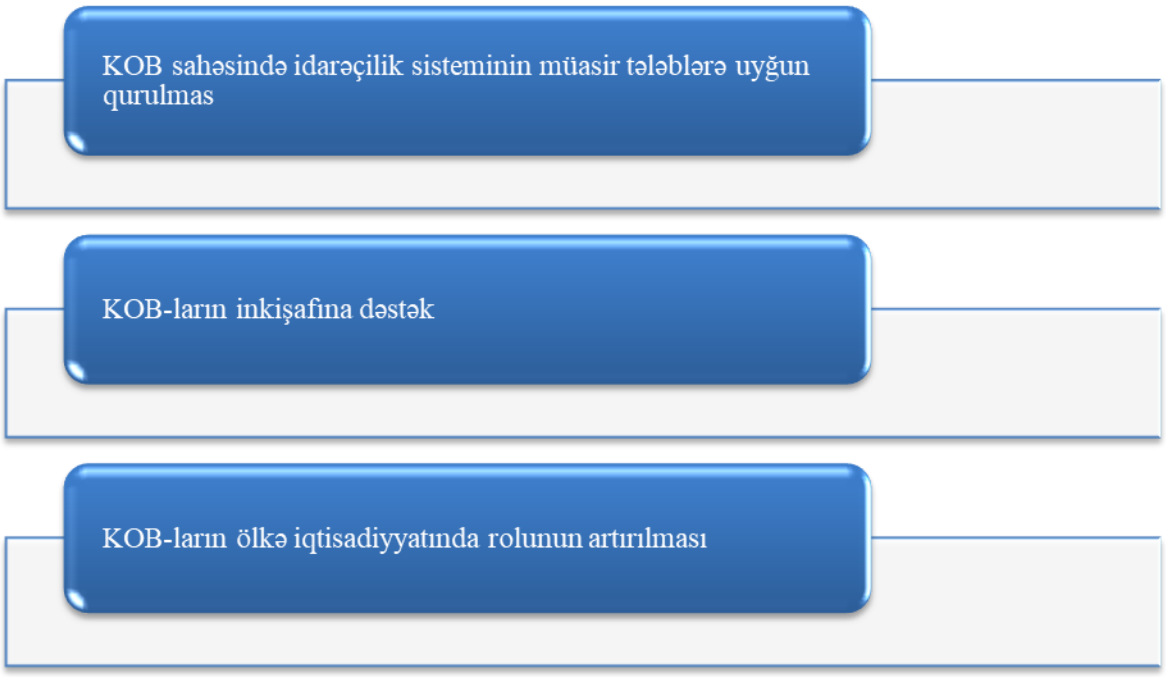
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Mənbə: https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Orta təbəqənin formalaşmasında kiçik və orta biznesin mühüm sosial rolunu sahibkarların gəlirlərinin statistikası da sübut edir. Bu rəqəm orta hesabla bir fərdi sahibkar üçün ayda təxminən 400 ABŞ dolları təşkil edir ki, bu da ölkədə yoxsulluqla mübarizənin uğurundan xəbər verir. Beləliklə, kiçik biznes haqlı olaraq sosial inkişafda mühüm yer tutur.
Bu baxımdan kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı ölkəmizdə uğurla həyata keçirilən iqtisadi siyasətin prioritet istiqamətlərindən biridir. Dövlət başçısının 28 dekabr 2017-ci il tarixli Fərmanı ilə Kiçik və Orta Sahibkarlığın İnkişafı Agentliyinin (KOBİA) yaradılmışdır.

Sxem 1. KOBİA-nın fəaliyyət istiqamətləri


KOB sahəsində idarəçilik sisteminin müasir tələblərə uyğun qurulmas
KOB-ların inkişafına dəstək
KOB-ların ölkə iqtisadiyyatında rolunun artırılması

Mənbə: https://smb.gov.az/storage/documents/KOB%20icmal%202018-2019%20-%20inside.pdf

Bu məqsədlərə nail olmaq üçün Agentlik biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, biznes üçün dövlət xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi və KOB-ların maraqlarının qorunması, KOB-ların bilik və innovasiyalara, bazarlara və maliyyəyə çıxış imkanlarının yaxşılaşdırılması kimi sahələrdə fəaliyyət göstərir. Yəni, KOBİA mikro, kiçik və orta biznesin yaradılmasından sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsinə qədər bütün mərhələlərdə Agentlik tərəfindən göstərilən mövcud dövlət dəstəyi və xidmətlərin mexanizmləri çərçivəsində KOB-lara dəstək verir və şirkətlər arasında körpü rolunu oynayır.

Agentlik 2020-ci ildə də bu istiqamətdə fəaliyyətini davam etdirmiş, biznes mühitinin, biznes üçün dövlət xidmətlərinin və KOB sahəsində qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi prosesində fəal iştirak etmiş, yeni KOB-ların yaradılmasına və mövcud KOB-ların inkişafına töhfə vermiş, sahibkarların qanuni maraqları, KOB bazarlarına çıxış, dəstəklənən bilik və innovasiyalara çıxış, maliyyə resursları sahəsində mühüm addımlar atmışdır (Post Pandemiya iqtisadiyyatı: reallıqlar ve proqnozlar, 3 iyun 2021).

Pandemiyanın ölkədə biznesin inkişafına təsirini öyrənmək üçün KOBİA sahibkarlarla daimi əlaqə saxlamışdır. Müxtəlif sektorlardan olan sahibkarlarla təkbətək və onlayn görüşlər təşkil edilib, sorğular keçirilib, sahibkarların çətinlikləri, gözləntiləri və təklifləri öyrənilib. Daha sonra keçirilən sorğular zamanı sahibkarların pandemiya nəticəsində alıcı və müştərilərin sayının, əlavə işçi qüvvəsinə ehtiyacın, kirayə haqqının, kreditlərin, kommunal xidmətlərin və digər xərclərin ödənilməsində çətinliklərin azaldığını məlum olmuşdur.

Dövlət ilk gündən pandemiyadan zərər çəkən sahibkarlara, xüsusən də mikro və kiçik sahibkarlara müxtəlif dəstək mexanizmləri ilə təkan vermişdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti pandemiyanın mənfi nəticələrini minimuma endirmək məqsədilə dövlət qurumları qarşısında ciddi vəzifələr qoymuş, iqtisadiyyata geniş dəstək paketini nəzərdə tutan proqramlar, qısa və

ortamüddətli perspektivdə sahibkarlığa dəstəyi nəzərdə tutan sənədlər qəbul edilmişdir. Həmçinin, Azərbaycan Respublikası Prezidenti "Koronavirus pandemiyasının Azərbaycan iqtisadiyyatına, ölkədə makroiqtisadi sabitliyə, əhalinin məşğulluğuna və sahibkarlıq subyektlərinə mənfi təsirinin azaldılması ilə bağlı bir sıra tədbirlər haqqında" 19 mart 2020-ci il tarixli Fərman imzalamışdır (Post Pandemiya iqtisadiyyatı: reallıqlar ve proqnozlar, 3 iyun 2021).

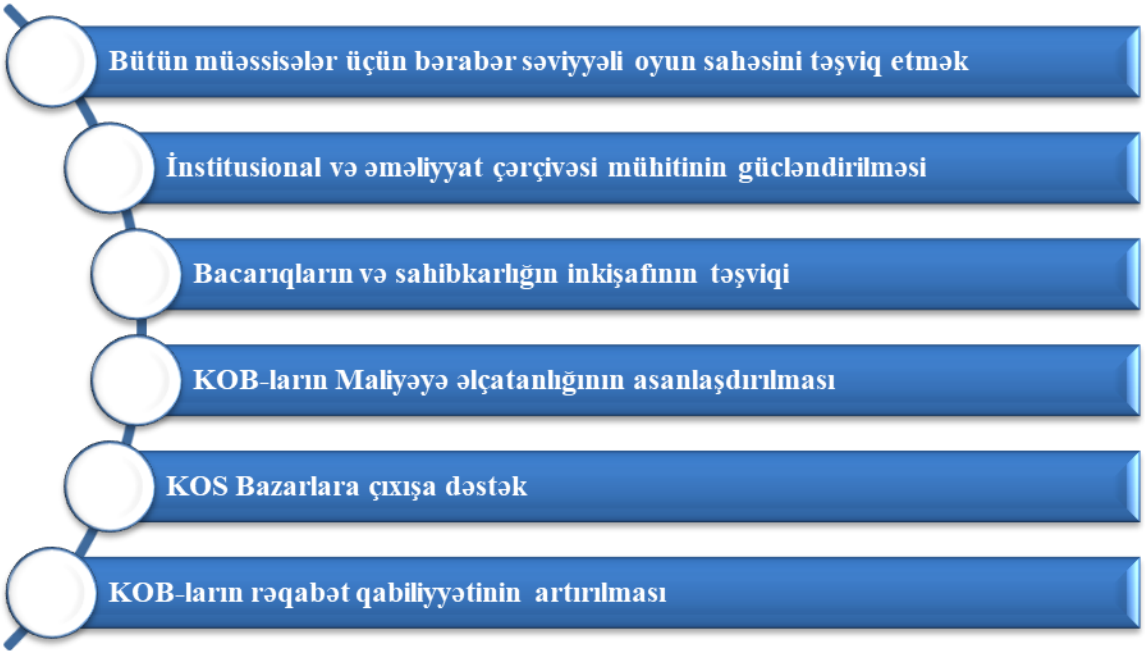
KOB-ların inkişafı istiqamətində atılmış addımlar sayəsində dövlət siyasətinin nəticəsi olaraq 2020-ci ildə qeydiyyata alınan KOB-ların sayı 13% artmış, 2021-ci il yanvarın 1-də 1.217.972 olmuşdur. Bu KOB-ların 13%-i (155.435) hüquqi şəxslərin, 87%-i, 1.062.537 subyekt fərdi sahibkarların payına düşmüşdür.

Bu günə qədər KOBİA-nın KOB İnkişaf Mərkəzləri təqribən 32 min KOB subyektinə pulsuz 2400-dən çox təlim, o cümlədən 4500 sahibkara 22 min saatdan çox məsləhət xidmətləri göstərmişdir. Təxminən 500 KOB üçün pulsuz biznes plan hazırlanmışdır. Biznesə başlamaq və mövcud fəaliyyəti genişləndirməyin vacibliyi nəzərə alınaraq, sahibkarların müraciətinə əsasən 15, Agentliyin təşəbbüsü ilə isə 25 daxili marketinq araşdırması aparılıb. Rəqəmsallaşma və innovativ ideyaların dəstəklənməsi məqsədilə KOB-lara 3 il müddətinə gəlir vergisi və innovativ fəaliyyətdən əldə edilən gəlirlərə görə gəlir vergisindən azad olan 42 Startap sertifikatı verilib. Təhsil, elm, tədqiqat və dəstək sahələrində KOB layihələrinin maliyyələşdirilməsi mexanizmi çərçivəsində 27 KOB-a 500 min manatdan çox vəsait ayrılıb. Kiçik və orta sahibkarlığın bazarlara çıxışını dəstəkləmək məqsədilə Azərbaycanda və xaricdə keçirilən 37 sərgi və yarmarkada 850-dən çox kiçik və orta sahibkarın pulsuz iştirakı təmin edilib. Sahibkarlara vahid məkanda xidmətlərin göstərilməsi məqsədilə bu günə kimi 132 mindən çox xidmət, o cümlədən 125 mindən çox "G2B" xidməti və 7400-ə yaxın KOB evlərində "B2B" xidməti göstərilib (https://smb.gov.az/az/all-news/olke-sahibkarlarinin-996-ni-kob-lar-teskil-edir).

Azərbaycanda KOB sektorunun 2025-ci ilə qədər olan dövr üçün uzunmüddətli baxışı KOB-ların rəqabət qabiliyyətinin daha da artırılmasına, məşğulluğun payının artmasına, gündəlik istehlak mallarının əsasən KOB-ların payına düşməsinə, KOB-ların ÜDM-də və qeyri-neft ÜDM-də əhəmiyyətli artıma nail olunmasına yönəlib.

Eyni zamanda, kiçik və orta biznes mühitinin yaxşılaşdırılması sahəsində bir sıra strateji hədəflər müəyyən edilmişdir. Belə ki, 2025-ci ilədək KOB subyektlərinin qeyri-neft ÜDM-də payı 60%, məşğulluqda payının 70%-ə qədər artımı strateji hədəf kimi müəyyənləşdirilmişdir (https://smb.gov.az/storage/KOB%C4%B0A%20%C4%B0CMAL%202020.pdf).

Sxem 2. KOB sektorunda strateji yol xəritəsinin prioritet məqsədləri.


Bütün müəssisələr üçün bərabər səviyyəli oyun sahəsini təşviq etmək
İnstitusional və əməliyyat çərçivəsi mühitinin gücləndirilməsi
Bacarıqların və sahibkarlığın inkişafının təşviqi
KOB-ların Maliyyəyə əlçatanlığının asanlaşdırılması
KOS Bazarlara çıxışa dəstək
KOB-ların rəqabət qabiliyyətinin artırılması

Mənbə: KOB siyaseti indeksi: Sherq Terefdashlıgı olkeleri, 2020

KOB-ların 2025-ci ilədək rəqabət qabiliyyətinin artırılması, inkişafının təmin edilməsi, KOB sektorlarına dəstək məqsəd ilə bir sıra strateji prioritetlər müəyyənləşdirilmişdir:

Cədvəl 5. KOB-ların strateji prioritetləri.

Biznes mühiti	Bazarlara çıxış	Maliyyəyə çıxış	Biliyə çıxış	Smart idarəetmə
Sorğuların təşkili və tənzimləmə	Qlobal bazarlara çıxış	Yeni maliyyə alətlərinin yaradılması	Rəqəmsallaşma	E-hökümət
Dövlət xidmətlərinə əlçatanlığın yaxşılaşdırılması	Yeni proqramlar hazırlamaq	Uğurlu maliyyə alətlərinin tətbiqi	Yaşıl iqtisadiyyat	Rəqəmsal infrastuktur və şəffaflıq

Mənbə: https://smb.gov.az/storage/KOB%C4%B0A%20%C4%B0CMAL%202020.pdf

Nəticə

Regionlarda iqtisadi inkişafın təmin olunması, həmçinin regionlarda kiçik və orta sahibkarlığın (KOB) çəkisinin artırılması, bununla əlaqədar maliyyə resurslarına çıxış imkanlarının genişləndirilməsi, yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi, onlara dəstək mexanizminin təkmilləşdirilməsi, KOB-lara əlverişli şərait yaradılması, bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və onun davamlı inkişafının təmin edilməsi istiqamətində islahatlar aparılması dövlət siyasətinin əsas məqsədlərindən biridir.

Azərbaycan Respublikasının dövlət proqramları kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı sahəsində dövlətin strateji planına uyğun olaraq hazırlanır və həyata keçirilir. Hökumət proqramları kiçik və orta biznesi dəstəkləməyə və biznesin maliyyə yükünü yüngülləşdirməyə kömək edir. Digər

tərəfdən, hesab edirik ki, sahibkarlar onlara verilən imkanlardan maksimum istifadə edirlər. Bunun üçün onlar mövcud dövlət dəstəyi proqramlarına daha yaxından nəzər salmalıdırlar. KOB-ların dəstəklənməsi və inkişafı üçün əsas kimi infrastruktur yaradılmışdır. Biznes inkubatorları, innovasiya mərkəzləri, texnoparklar, transfer və texnologiya mərkəzləri, mikromaliyyə fondları və ixracyönümlü biznesə dəstək strukturlarının regional şəbəkəsi yaradılmışdır. Kiçik və orta biznesi dəstəkləmək üçün məlumat, marketinq və hüquqi sistemlər təqdim edilmişdir. Bundan əlavə, müxtəlif fəaliyyət növləri üzrə uçotun sadələşdirilmiş qaydası, həmçinin elektron vergitutma və statistik hesabatların yeni formaları tətbiq edilib. Bu kimi amillər KOB-ların ölkə iqtisadiyyatında mühüm rol oynadığını bir daha göstərmişdir.

2016-2021-ci illərdə artım tendensiyasını reallaşdırmaqla qeyri-neft-qaz sahələrinin ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisinin artmasına töhfə verən sahibkarlığın inkişafına dövlət tərəfindən böyük diqqət və qayğı göstərilir. Respublikamızda aparılan uğurlu iqtisadi siyasət və bunun əsasında aparılan tədqiqatlar kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan vermişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. “Azerbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cu illerde sosial-iqtisadi inkishafı Dovlet Proqramı”nın tesdiq edilmesi haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanı. Bakı, 2019
2. “Aİ Biznes Muhiti Hesabatı. Azerbaycan. 5-ci Buraxılısh. Bakı, 2020.
3. Abdullayev E. “Azerbaycanda KOB Klasterlerinin İnkishafında Vergi Guzeshtlerinin Rolu”. Azerbaycan Dovlet İqtisad Universiteti. Bakı, 2021.
4. KOB siyaseti indeksi: Sherq Terefdashlıgı olkeleri. Bakı, 2020
5. Post Pandemiya iqtisadiyyatı: reallıqlar ve proqnozlar, 3 iyun 2021, Virtual Respublika Elmi Konfransı. Bakı, 2021
6. https://e-qanun.az/framework/41048
7. https://smb.gov.az/storage/documents/KOB%20icmal%202018-2019%20-%20inside.pdf
8. https://smb.gov.az/storage/KOB%C4%B0A%20%C4%B0CMAL%202020.pdf
9. https://smb.gov.az/az/all-news/olke-sahibkarlarinin-996-ni-kob-lar-teskil-edir
10. https://president.az/az/articles/view/35705
11. https://stat.gov.az/source/entrepreneurship/

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗНАЧЕНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Айнур Джаббарова[1], Махал Йолчуев[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор философии по экономике, доцент
[2]Магистрант, mahal.yolcuyev@mail.ru

РЕЗЮМЕ

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Малый и средний бизнес имеет большое значение для развития национальной экономики. Во-первых, МСП можно рассматривать как один из основных источников налоговых поступлений. Поэтому МСП участвуют в формировании бюджета за вычетом прибыли различных организаций. Кроме того, развитие МСП создает условия для создания новых рабочих мест, то есть является источником доходов населения. Во-вторых, МСП являются важной частью экономики. МСП могут более плавно реагировать на изменения окружающей среды, чем крупные предприятия, приспосабливаясь к изменениям рынка, которые отражают гибкость и мобильность малых и средних предприятий. В-третьих, МСП играют важную роль в социальной и экономической сфере. Поскольку экономическая деятельность малых и средних предприятий охватывает большую часть населения, они могут повлиять на уровень занятости и снизить безработицу в результате создания населением новых рабочих мест. Поскольку малые и средние предприятия более профессиональны, они могут учитывать индивидуальные особенности каждого покупателя. В-четвертых, с помощью малых и средних предприятий создаются новые продукты и услуги, способствующие развитию науки и техники. Поэтому статья посвящена статистическому анализу современного состояния малого и среднего бизнеса в Азербайджанской Республике. Обеспечение экономического развития в регионах, а также увеличение веса малого и среднего предпринимательства (МСП) в регионах, расширение доступа к финансовым ресурсам, привлечение местных и иностранных инвестиций, совершенствование механизма их поддержки, создание благоприятных условий для МСП являются основными предметами исследования статьи.

Ключевые слова: микро, малое и среднее предпринимательство, экономическая политика, бизнес, инвестиции.

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-239

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
254-268

ANALYSIS OF THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING IN PUBLIC-LEGAL ENTITIES

Anvar Salahov[1], Nigar Ismayilova[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor
[2] Master student, nigarismayil2000@gmail.com

ABSTRACT

Accounting is a set of organizational and management measures implemented by the state in a manner determined by private and public economic entities - organizations that create conditions for the systematization of financial information about their activities. Accounting acts as a legal, organizational and information basis for the activities of organizations. Their activity is impossible without financial accounting and accounting, which have a management and organizational impact on the flow of cash. Based on the analysis of the theoretical and regulatory provisions on the essence of accounting, the collection and documentation of information about their economic and other related activities, it can be argued that this category, on the one hand, is related to the interests of private institutions of various organizational and legal forms, which consist of the organization of the systematization of accounting is connected. This allows them to provide self-control and management of specific areas of their activities. On the other hand, accounting is directly related to the public interests of the state, it is represented by the competent authorities that determine the standards of accounting and financial reporting, and in cases where compliance with them is determined by embodying in special documents, it acts as the subject of state financial control.

A public legal entity is a set of legal norms that regulate relations related to the provision of public or state interests. A public legal entity is an organization that is not a state or municipal body, engaged in activities of national and (or) public importance, created on behalf of the state and municipality or by a public legal entity. Legal bases of public legal entities and the formation of authorized capital, long-term and short-term assets, intangible assets, cash transactions (if any), bank transactions, bank transactions conducted in foreign currency, special accounts in the bank, other cash resources, monetary documents, settlement and audit of credit transactions, settlements with suppliers and contractors, buyers and customers, accounts payable, founders, settlements on taxes and other payments, transactions on loans and debts, obligations, field programs for conducting audits approved by the relevant decisions of the Council of the Chamber of Auditors of the Republic of Azerbaijan, and other should be carried out in accordance with normative documents.

When evaluating objects, the collection and processing of accounting and financial reporting data of organizations is carried out. In addition, the results of the object evaluation can be used to adjust the accounting and reporting data. The right to object assessment is unconditional and does not depend on the rule established by law for conducting state statistics and accounting.

Enterprises and organizations must keep accounting records in accordance with the requirements of the legislation, and these accounts must be kept in such a way that the information is sufficient for the correct calculation and payment of various payments. These requirements are established in the relevant legislation. However, enterprises and organizations do not operate in a stable

economic environment, various factors constantly affect them. External factors for the subject are economic competitive, socio-cultural, scientific-technological, natural and other environmental factors, the effects of competitors and consumers. The activity of an enterprise or organization is influenced by its own values, organizational structure, staff, its qualifications and other factors. Even when the law applies to all companies, the influence of external and internal factors determines whether the requirements of national or international legislation can be applied differently without violating them. As a result, there is a need to maintain accounting records in accordance with such rules and principles, which will allow the management to make the right management decisions in addition to organizing the financial statement. This can be achieved in the company's accounting policy, which clearly defines the accounting rules that comply with the law and meet the individual needs of the company. The company's accounting policy should ensure that the information presented in the financial statements is useful for users, and should fairly reflect the financial position, operating results and cash flows prepared in accordance with the general principles of fair, neutral, comprehensive accounting. These accounting policy requirements emphasize the importance and necessity of a company's accounting policy. Therefore, special attention should be paid to the formulation of accounting policy at both the scientific and practical level

In the article, the theoretical issues of the organization of accounting in public-legal entities were studied, the normative-legal bases of the organization of accounting in public-legal entities were determined, the rules of accounting in public-legal entities were studied, directions for improving accounting in public-legal entities were investigated.

Keywords: Public-legal entity, Charter, audit, accounting policy, financial statements.

PUBLİK-HÜQUQİ ŞƏXSLƏRDƏ MÜHASİBAT UÇOTUNUN TƏŞKİLİNİN TƏHLİLİ

Ənvər Salahov[1], Nigar İsmayılova[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2]Magistr tələbəsi, nigarismayil2000@gmail.com

XÜLASƏ

Mühasibat uçotu təşkilatların fəaliyyəti üçün hüquqi, təşkilati, informasiya əsası kimi çıxış edir. Pul vəsaitlərinin hərəkətinə idarəetmə və təşkilati təsir göstərən maliyyə uçotu, mühasibat uçotu olmadan onların fəaliyyəti qeyri-mümkündür. Mühasibat uçotunun mahiyyəti, onların təsərrüfat və digər əlaqəli fəaliyyətləri haqqında məlumatların toplanması və sənədləşdirilməsi ilə bağlı nəzəri və tənzimləyici müddəaların təhlili əsasında iddia etmək olar ki, bu kateqoriya, bir tərəfdən, mühasibat uçotunun sistemləşdirilməsinin təşkilindən ibarət olan müxtəlif təşkilati-hüquqi formada olan özəl qurumların maraqları ilə bağlıdır. Bu, onlara öz fəaliyyətlərinin konkret sahələrinin özünə nəzarəti və idarə edilməsini təmin etməyə imkan verir. Digər tərəfdən, mühasibat uçotu bilavasitə dövlətin ictimai maraqları ilə bağlıdır, mühasibat uçotu və maliyyə hesabatı standartlarını müəyyən edən səlahiyyətli orqanlar tərəfindən təmsil olunur, onlara riayət

edilməsi xüsusi sənədlərdə təcəssüm olunmaqla müəyyən edilmiş hallarda dövlət maliyyə nəzarətinin predmeti kimi çıxış edir.

Publik hüquqi şəxs – ümumdövlət və ya ictimai maraqların təmin edilməsi ilə bağlı olan münasibətləri tənzimləyən hüquq normalarının məcmusudur. Publik hüquqi şəxs – dövlət və bələdiyyə adından və ya publik hüquqi şəxs tərəfindən yaradılan, ümumdövlət və (və ya) ictimai əhəmiyyət daşıyan fəaliyyətlə məşğul olan, dövlət və ya bələdiyyə orqanı olmayan təşkilatdır. Publik hüquqi şəxslərin hüquqi əsasları və nizamnamə kapitalının formalaşmasının, uzunmüddətli və qısamüddətli aktivlərin, qeyri-maddi aktivlərin, kassa əməliyyatlarının (əgər varsa), bank əməliyyatlarının, xarici valyutada aparılan bank əməliyyatları, bankda olan xüsusi hesablarının, digər pul vəsaitlərinin, pul sənədlərinin, hesablaşma və kredit əməliyyatlarının, malsatan və podratçı təşkilatlarla, alıcı və sifarişçilərlə, təhtəlhesab şəxslərlə, təsisçilərlə hesablaşmalarının, vergilər və digər ödənişlər üzrə hesablaşmaların, kreditlər və borclar üzrə əməliyyatların, öhdəliklərin auditi Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatası Şurasının müvafiq qərarları ilə təsdiq edilmiş auditin aparılmasına dair sahəvi proqramlara və digər normativ sənədlərə müvafiq olaraq aparılmalıdır.

Məqalədə Publik-hüquqi şəxslərdə mühasibat uçotunun təşkilinin nəzəri məsələləri tədqiq edilmiş, Publik-hüquqi şəxslərdə mühasibat uçotunun təşkilinin normativ-hüquqi əsasları müəyyənləşdirilmiş, Publik-hüquqi şəxslərdə mühasibat uçotunun aparılması qaydaları öyrənilmiş, Publik-hüquqi şəxslərdə mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsi istiqamətləri araşdırılmışdır.

Açar sözlər: Publik-hüquqi şəxs, Nizamnamə, audit, uçot siyasəti, maliyyə hesabatları.

Giriş

"Publik hüquqi şəxslər haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 6 iyul tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikası Prezidentinin yaratdığı publik hüquqi şəxslərin Nümunəvi Nizamnaməsi"nə, "Auditor xidməti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunundan, Azərbaycan Respublikasının Auditorlar Palatası haqqında Əsasnamədən irəli gələn öhdəliklərin və Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatasının 2019-cu il üzrə iş planının 1.2.1-ci "Publik hüquqi şəxslərdə maliyyə hesabatlarının auditi üzrə metodik göstərişin hazırlanması" maddəsinin icrasını təmin edilməlidir ("Publik huquqi shexsler haqqında" Azerbaycan Respublikasının 29 dekabr 2015-ci il 97-VQ №-li Qanunu).

Publik hüquqi şəxslərin auditi zamanı aşağıdakı səciyyəvi xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır:

- Publik hüquqi şəxslər sahibkarlıq fəaliyyəti ilə yalnız o hallarda məşğul ola bilərlər ki, bu fəaliyyət onların yaradılması zamanı və nizamnaməsində qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmağa xidmət etsin və bu məqsədlərə uyğun gəlsin.
- Publik hüquqi şəxs nizamnaməsində nəzərdə tutulmuş halda təsərrüfat cəmiyyətləri yarada və ya onlarda iştirak edə bilər.
- Publik hüquqi şəxsin mənfəəti onun nizamnaməsində nəzərdə tutulmayan məqsədlər üçün yalnız təsisçinin qərarı ilə müvafiq olaraq dövlət büdcəsinə və yerli büdcəyə köçürülə bilər.
- Publik hüquqi şəxs "Dövlət rüsumu haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda nəzərdə tutulmuş xidmətləri göstərdiyi və hüquqi hərəkətləri həyata keçirdiyi halda, buna görə həmin Qanunla müəyyən edilmiş qaydada və məbləğdə dövlət rüsumu tutur.

- Publik hüquqi şəxs dövlət qeydiyyatına alındığı andan mülki hüquqlara malik olmaqla mülki vəzifələr daşıyır və publik hüquqi şəxsin hüquq qabiliyyətinə onun ləğvinin başa çatdığı an xitam verilir. Publik hüquqi şəxs yalnız nizamnaməsində nəzərdə tutulmuş fəaliyyət ilə məşğul ola bilər. Audit zamanı nəzərə alınmalıdır ki, Publik hüquqi şəxsin idarə edilməsi qaydası onun nizamnaməsi ilə müəyyən edilir. Audit Publik şəxsin Nizamnaməsinin, təsis və qeydiyyat sənədlərinin öyrənilməsindən başlanılmalı, Nizamnamə kapitalının həcmi və hansı mənbələr hesabına formalaşdırılması barədə məlumat əldə edilməlidir.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi maliyyə hesabatlarının tərkibi, uçot siyasətinin seçilməsinə təsir edən amillər, uçot siyasətinin strukturu, uçot siyasətinin hazırlanması prosesinin potensial modeli, Publik-hüquqi şəxslərdə mühasibat uçotunun aparılması qaydaları haqqında məlumat verməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir şəraitdə aktuallıq hüquqi şəxslər haqqında mülki qanunvericiliyin müddəalarının, mühasibat uçotu, maliyyə hesabatları, maliyyə nəzarəti haqqında qanunvericiliyin, habelə vergi ödəyicilərinin, büdcə prosesində iştirak edən təşkilatların maliyyə hesabatları üçün əsasları müəyyən edən maliyyə qanunvericiliyinin müddəalarının qarşılıqlı əlaqəsi problemidir. Büdcə uçotu sahəsində AR-nın maliyyə qanunvericiliyinin müddəaları mühasibat uçotuna ümumi yanaşmaların və onlardan əldə edilən kompromis variantların məcmusudur ki, bu da büdcə prosesi iştirakçılarının büdcə sənədlərinə tələblərin müəyyən edilməsi üçün xarakterikdir. Maliyyə sahəsində müxtəlif təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin qanuniliyini təmin etmək üçün səlahiyyətli dövlət orqanlarının maliyyə nəzarəti funksiyasının rolunun gücləndirilməsi ilə əlaqədar xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Publik hüquqi şəxslər Azərbaycan Respublikasında yeni tətbiq olunduğundan bu instituta dair ölkədə geniş tədqiqata ehtiyac vardır.

Metodlar

Tədqiqatın gedişi zamanı məntiq, monoqrafik, müqayisə, həmçinin mühasibat uçotu və iqtisadi təhlilə məxsus olan spesifik üsullar və metodlar tətbiq edilmişdir.

Publik şəxsin fəaliyyət sahəsi öyrənilməli və şəxsin faktiki fəaliyyətinin Nizamnaməyə müvafiqliyi yoxlanılmalıdır. Maliyyə mənbələri müəyyənləşdirilməlidir. Əgər şəxs Dövlət büdcəsindən məqsədli maliyyələşmə, subsidiya, subvensiya, dotasiya, dövlət zəmanəti ilə kredit və s. almışdırsa, onların təyinatı üzrə xərclənməsi yoxlanılmalıdır.

Publik şəxs kommersiya fəaliyyəti göstərirsə və ya qanunvericiliyə müvafiq hər hansı ödənişlər əldə edirsə, bu fəaliyyətin vergi qanunvericiliyinə müvafiq olaraq vergitutmaya cəlb olunması yoxlanılmalıdır. Qrant layihələri çərçivəsində əldə edilən vəsaitin qeydiyyatının olmasına və xərclənməsinin düzgünlüyünə nəzarət edilməlidir. Əgər publik şəxsin maliyyə daxilolmaları yuxarıda göstərilən mənbələrdən ikisindən və daha çox olarsa, onların uçotunun ayrılıqda aparılmasına diqqət yetirilməlidir("Publik huquqi shexsler haqqında" Azerbaycan Respublikasının 29 dekabr 2015-ci il 97-VQ №-li Qanunu).

Publik şəxsin fəaliyyət sahəsindən asılı olaraq həmin sahənin tənzimlənməsinə dair sahəvi qanunvericilik aktlarının tələblərinə əməl edilməsi vəziyyəti yoxlanılmalıdır. Dövlət tərəfindən tənzimlənən qiymətlən tətbiq edən publik şəxslərdə qiymətqoyma məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Publik şəxs tərəfindən daxili nəzarət sisteminin yaradılması, dövri inventarizasiyaların aparılması, uçot siyasətinin qəbul edilməsi barəsində məlumatlar əldə edilməlidir. Xalis aktivlərinin dəyərinin iyirmi beş faizindən artıq məbləğdə olan əqdin (xüsusi əhəmiyyətli əqdin), habelə publik hüquqi şəxsə aidiyyəti olan şəxslərlə əqdin (əqdin dəyəri aktivlərin 5 faiz və daha çox hissəsini təşkil etdikdə) bağlanması zaman qanunvericiliyin tələblərinə mwvafiq olaraq müstəqil kənar auditin aparılması yoxlanılmalıdır. Publik hüquqi şəxslərin auditi zamanı "Nağdsız hesablaşmalar haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tələblərinə əməl edilməsi vəziyyəti diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Publik hüquqi şəxslərin auditi zamanı mühasibat uçotunun aparılması və maliyyə hesabatlarının tərtib edilməsi vəziyyəti yoxlanılarkən aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:

- "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 12- 1.2-ci maddəsində göstərilən mühasibat uçotu subyektləri istisna olmaqla, publik hüquqi şəxslər maliyyə hesabatlarını Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına uyğun şəkildə tərtib edirlər və mühasibat uçotunu həmin Qanunun 8.1-1-ci maddəsi ilə müəyyən edilmiş uçot qaydalarına uyğun aparırlar.
- Bir və ya daha çox törəmə publik hüquqi şəxsə və ya təsərrüfat cəmiyyətinə malik olan hər hansı publik hüquqi şəxs hazırladığı maliyyə hesabatından əlavə olaraq, birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatları tərtib etməlidir.
- Publik hüquqi şəxslərin maliyyə hesabatları üçün hesabat dövrü "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 11-ci maddəsində nəzərdə tutulmuş müddətlərə uyğun müəyyən edilir.
- Publik hüquqi şəxslər hesabat dövrü başa çatdıqdan sonra, illik maliyyə hesabatlarını növbəti ilin aprel ayının 30-dan, birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını isə, növbəti ilin iyun ayının 30-dan gec olmayaraq təqdim etməlidirlər (Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 6 iyul tarixli Fermanı ile tesdiq edilmish "Azerbaycan Respublikası Prezidentinin yaratdıgı publik huquqi shexslerin Numunevi Nizamnamesi").
- Publik hüquqi şəxslər illik maliyyə hesabatlarını və birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını tabe olduğu yuxarı təşkilata və ya birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını tərtib edən publik hüquqi şəxsə, habelə qanunla və nizamnamələri ilə müəyyən edilmiş şəxslərə, bunlar olmadıqda isə təsisçiyə təqdim edirlər.
- Müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən yaradılan publik hüquqi şəxslər illik maliyyə hesabatlarını və birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını auditor rəyi ilə birlikdə təsisçiyə təqdim edirlər.
- zəmanəti ilə kredit alan və ya dövlət borcunun xərclənməsi ilə bağlı layihələrdə iştirak edən, həmçinin dövlət büdcəsindən subsidiya, subvensiya, qrant və ya müəyyən səlahiyyətlərin yerinə yetirilməsi ilə bağlı vəsait ayrılan publik hüquqi şəxslər ("Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 12-1.2-ci maddəsində göstərilənlər istisna olmaqla) illik maliyyə hesabatlarını və birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını auditor rəyi ilə birlikdə müvafiq icra hakimiyyəti orqanına təqdim edirlər.

Publik hüquqi şəxslərin maliyyə hesabatlarının auditinin Beynəlxalq Audit Standartlarına əsasən aparılması təmin edilməlidir. Publik hüquqi şəxslərin auditini aparan auditor təşkilatları və sərbəst auditorlar Auditorlar Palatası tərəfindən qəbul edilmiş "İctimai əhəmiyyətli qurumlarda və publik hüquqi şəxslərdə maliyyə hesabatlarının auditini aparan auditor təşkilatlarına və sərbəst auditorlara qarşı xüsusi tələblər"ə cavab verməlidirlər. Publik hüquqi şəxslərin maliyyə hesabatlarının auditinin aparılması zamanı Azərbaycan Respublikasının Auditorlar Palatası

Şurasının 20 oktyabr 2015-ci il tarixli 267/7 saylı Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Auditin aparılması və sənədləşdirilməsinə dair təlimat"ın bütün tələbləri nəzərə alınmalı və onlara sözsüz əməl edilməlidir (Abbasov Q. E, 2011: s 7-34).

AR-nın qanunvericiliyinin tələblərinə uyğun olaraq mühasibat sənədlərinin tərtib edilməsi yerli təşkilatların iqtisadi münasibətlərin iştirakçıları kimi fəaliyyətinin ən vacib şərtidir. Təşkilatların müşahidə etdiyi mühasibat uçotu ilə bağlı qanunvericiliyə, "Mühasibat uçotu haqqında" Qanuna əlavə olaraq, maliyyə hesabatı (müvafiq olaraq, digər ictimai münasibətlərin tənzimlənməsinə yönəldilmiş), mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının hüquqi əsaslarına dair bir çox "istinad" normalarını ehtiva edən, mühasibat uçotunun hüquqi tənzimlənməsi üçün ixtisaslaşmamış bir sıra normativ hüquqi aktlar da daxildir. Bu məzmunun normalarının əksəriyyəti müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı fiziki və hüquqi şəxslərin təsərrüfat və digər fəaliyyətlərinin yaradılmasını və həyata keçirilməsini, dövlət və bələdiyyə qurumlarının qeyri-kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsini tənzimləyən mülki hüququn qanunvericilik aktlarında təsbit edilmişdir.

Mühasibat uçotu həm də büdcə prosesinin Azərbaycan təcrübəsi üçün, xüsusən büdcənin icrası (birbaşa, xərclər üzrə icra) kimi bir mərhələ üçün vacibdir. Büdcə vəsaitlərinin alıcısı statusunda büdcə prosesinin iştirakçıları olan dövlət və bələdiyyə ictimai qurumları mühasibat uçotunu aparır, onun məlumatları maliyyə (büdcə) nəzarətinin predmetidir. Təsərrüfat fəaliyyətini, məsələn, büdcə sistemi prinsipinə - büdcə vəsaitlərindən istifadənin səmərəliliyinə uyğun olaraq təşkil etmək şəraitində, bu nəticələrin alınması mexanizminin səmərəliliyi üçün, büdcə vəsaitlərinin alıcıları kimi təşkilatlar fəaliyyətinin yekun nəticələrinə nail olmağa borcludurlar. Səmərəlilik göstəriciləri təşkilatlar tərəfindən büdcə və digər maddi və maliyyə resurslarından istifadəyə qənaət, subsidiyalaşdırılan xidmət və işlərin özünü təmin etməsi, maliyyələşdirmə mənbəyinin ölçüsünü dəyişdirmədən təklif olunan işlərin və xidmətlərin çeşidinin və həcminin artmasıdır. Bu göstəricilərin vəziyyəti haqqında mühasibat uçotu və maliyyə hesabatı məlumatları əsasında nəticə çıxarmaq olar (https://www.e-muhasib.az/article.php?cat=2&n=1048).

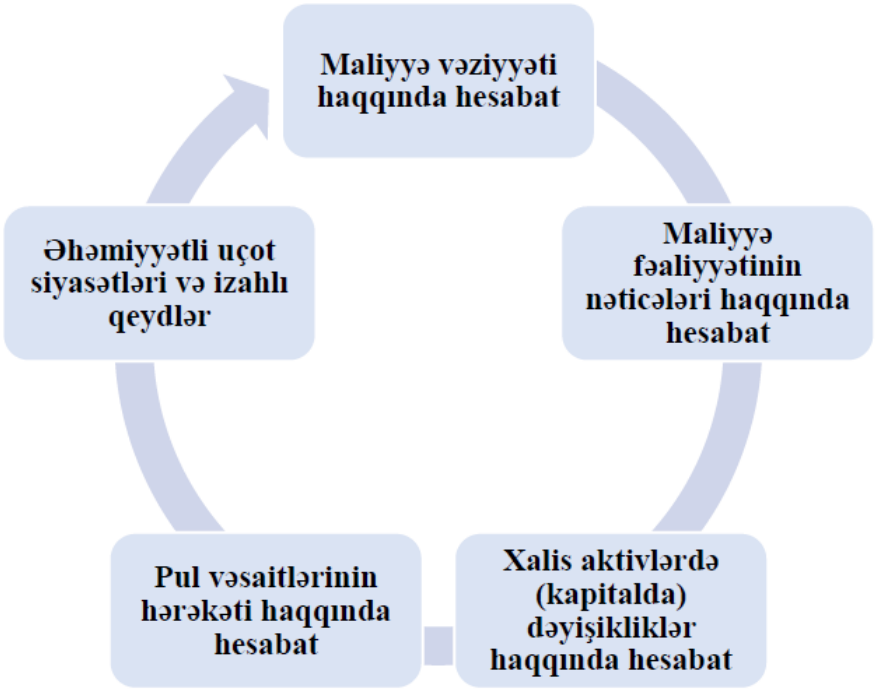
Təcrübə göstərir ki, büdcə sisteminin bu prinsipi çox vaxt dövlət və bələdiyyə qurumları tərəfindən pozulur. Müvafiq büdcə hüquqpozmaları əsasən təsdiq edilmiş və büdcə xidmətlərinin çeşidini və həcmini müəyyən edən dövlət və bələdiyyə qurumlarının diqqətinə çatdırılan mühasibat uçotu məlumatlarında olan məlumatların təhlili əsasında müəyyən edilir (Florina Popa, Public sector - conceptual elements, implications in economic and social life, Studies and Scientific Researchs.Economic edition. No 25, 2017, DOI:10.29358/sceco.v0i25.380).

Müəssisə və təşkilatlar uçot qeydlərini qanunvericiliyin tələblərinə uyğun aparmalıdır və bu hesablar elə aparılmalıdır ki, məlumatlar müxtəlif ödənişlərin düzgün hesablanması və ödənilməsi üçün kifayət etsin. Bu tələblər müvafiq qanunvericilikdə təsbit olunmuşdur. Lakin müəssisə və təşkilatlar stabil iqtisadi mühitdə fəaliyyət göstərmirlər, müxtəlif amillər onlara daim təsir göstərir. Subyekt üçün xarici amillər iqtisadi rəqabətli, sosial-mədəni, elmi-texnoloji, təbii və digər ətraf mühit amilləri, rəqiblərin və istehlakçıların təsirləridir. Müəssisə və ya təşkilatın öz fəaliyyətinə onun özünün dəyərləri, təşkilati strukturu, işçi heyəti, onun kvalifikasiyası və digər amillər təsir göstərir. Qanun bütün şirkətlərə tətbiq edildikdə belə, xarici və daxili amillərin təsiri milli və ya beynəlxalq qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş tələblərin onları pozmadan fərqli şəkildə tətbiq oluna biləcəyini müəyyən edir. Nəticədə, belə qayda və prinsiplərə uyğun olaraq uçot qeydlərinin aparılması zərurəti yaranır ki, bu da maliyyə hesabatını təşkil etməklə yanaşı, rəhbərliyə düzgün idarəetmə qərarlarını qəbul etməyə imkan verəcəkdir. Bu, qanuna uyğun olan və şirkətin fərdi ehtiyaclarına cavab verən mühasibat uçotu qaydalarının dəqiq müəyyən edilməsi şirkətin uçot siyasətində əldə edilə bilər. Şirkətin uçot siyasəti maliyyə hesabatlarında təqdim

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

olunan məlumatların istifadəçilər üçün faydalı olmasını təmin etməli, ədalətli, neytral, hərtərəfli və mühasibat uçotunun ümumi prinsiplərinə uyğun olaraq hazırlanmış maliyyə vəziyyətini, fəaliyyət nəticələrini və pul vəsaitlərinin hərəkətini ədalətli şəkildə əks etdirməlidir. Mühasibat uçotu siyasətinin bu tələbləri şirkətin uçot siyasətinin əhəmiyyətini və zərurətini vurğulayır. Buna görə də həm elmi, həm də praktiki səviyyədə uçot siyasətinin formalaşdırılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir (Andreas Bergman, Sandro Fuchs, 2019: s.1-1).
İSMUBS-a uyğun olaraq hazırlanmalı olan maliyyə hesabatları aşağıdakılardır:

Sxem 1. Maliyyə hesabatlarının tərkibi.

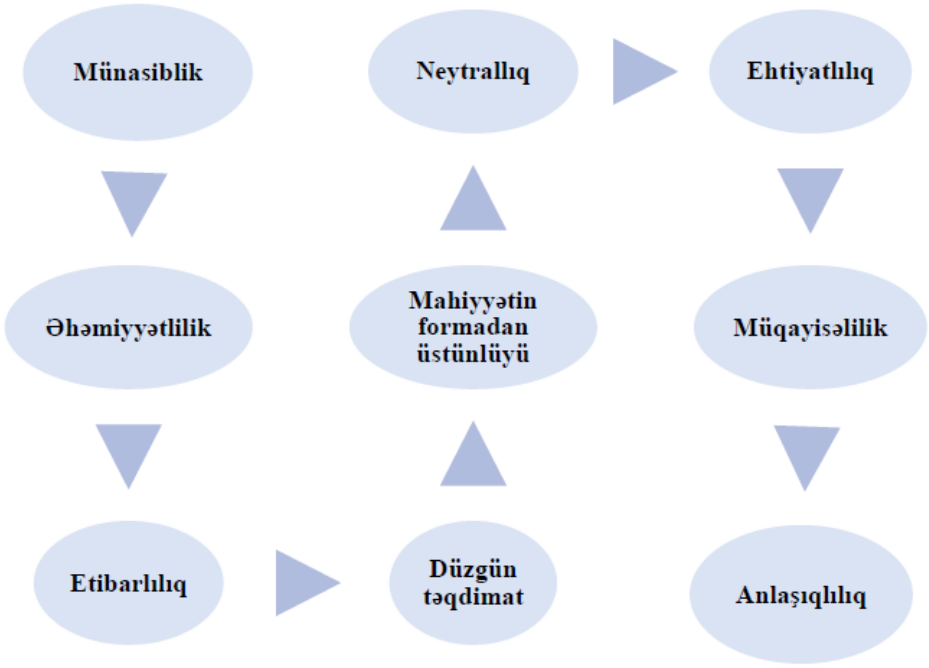

Maliyyə vəziyyəti haqqında hesabat
Maliyyə fəaliyyətinin nəticələri haqqında hesabat
Xalis aktivlərdə (kapitalda) dəyişikliklər haqqında hesabat
Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat
Əhəmiyyətli uçot siyasətləri və izahlı qeydlər

Mənbə: https://gaap.ru/articles/sistema_regulirovaniya_bukhgalterskogo_ucheta_i_otchetnosti_v_rossiyskoy_federatsii/

Ayrı-ayrı maliyyə hesabatlarının ifadə etdiyi keyfiyyət əlamətlərini həmin hesabatlarda əks etdirilən müvafiq məlumatların hesabatlarda maraqlı olan şəxslər üçün faydalı edən bir sıra mühüm amillər mövcuddur. Onlar sxemdə göstərilmişdir.

Sxem 2. Maliyyə hesabatlarının mьhьm xьsusiyyətləri

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Mənbə: https://gaap.ru/articles/sistema_regulirovaniya_bukhgalterskogo_ucheta_i_otchetnosti_v_rossiyskoy_federatsii/

Maliyyə hesabatlarında öz əksini tapmayan, eləcə də PHŞ-lər üçün Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarıyla tələb edilən müvafiq hesabatların hər kəs tərəfindən anlaşılan olması məqsədilə bir sıra informasiyaları mövcuddur ki, onların açıqlanması zəruridir. Müəssisə və təşkilatların uçot siyasətinə uyğun olaraq informasiyaların açıqlanması PHŞ-lər üçün Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartının ilkin olaraq tətbiq olunmasl cari hesabat dövrünə yaxud hər hansı ötən hesabat dövrünə təsir etmədikdə ya da növbəti hesabat dövrlərinə təsir edəcəyi halda, düzəlişi müəyyən etmək qeyri-mümkün olduğu vəziyyət istisna edilməklə, bir sıra informasiyalar təqdim edilməlidir. Bunlar:

- PHŞ-lər üçün Mühasibat Uçotuna aid Beynəlxalq Standartın adı;
- Uçot siyasəti ilə bağlı dəyişiklik edildikdə onun xüsusiyyəti;
- cari, eləcə də təqdim olunan bütünötən dövrə görə mümkün səviyyədə maliyyə hesabatının dəyişikliyə məruz qalan bütün maddələrində edilən düzəlişlərin miqdarı;
- düzəliş edilibsə həmin dəyişikliyim təqdim olunan vaxtdan əvvəki vaxta aid olan miqdarı.

Dəyişiklik həyata keçirildikdə onun mümkün təsirini dəyərləndirmək mümkün olmadığı vəziyyətlərdən başqa hallarda, müəssisə, müvafiq hesabat vaxtına təsir etmiş yaxudperspektiv hesabat vaxtlarına təsir edəcəyi ehtimal olunan uçot dəyərləndirmələrində dəyişmələrin məzmununu eləcə də pul ifadəsində miqdarını vurğulamalıdır.

Qeyd etmək vacibdir ki, həm xarici, həm də ölkə tədqiqatçıları uçot siyasətinin mahiyyəti, əhəmiyyəti, strukturu, tərkibi, məzmunu və digər aspektləri üzrə bir çox tədqiqatlar aparmışlar. Lakin bu tədqiqatlarda uçot siyasətinin yaradılması prosesinin təşkilinə kifayət qədər diqqət yetirilmir. Uçot siyasətinin yaradılmasının lazımi prosesinin keyfiyyətcə daha yaxşı uçot

siyasətinin formalaşmasına zəmin yaradacağını, təcrübədə daha səmərəli istifadə olunacağını nəzərə alaraq, uçot siyasətinin formalaşdırılmasının təşkili üzrə tədqiqat aparmaq vacibdir.

PHŞ subyektlərinin mühasibat sistemi şirkətin aktivlərinin, kapitalının və öhdəliklərinin ölçüsünü və strukturunu dəyişdirən təsərrüfat əməliyyatlarına əsaslanır. Mühasibat uçotunun idarə edilməsi mühasibat uçotunun Milli və beynəlxalq standartları, eləcə də digər normativ aktlarla ətraflı şəkildə tənzimlənir. Normativ aktlar ümumi xarakter daşıyır və şirkətin və ya hər hansı digər subyektin mühasibat uçotunun idarə olunması üçün bir sıra variantları təqdim edir. Bununla yanaşı, idarə və ya təşkilatın uçot siyasəti mühasibat uçotu qaydalarını fərdiləşdirməyə və konkret şirkətin ehtiyaclarına uyğunlaşdırmağa imkan verir. Uçot siyasəti anlayışı müxtəlif mənbələrdə şərh edilir və eyni şəkildə müəyyən edilir. Maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlarında mühasibat siyasəti maliyyə hesabatlarının hazırlanması və təqdim edilməsində təşkilatın tətbiq etdiyi konkret prinsiplər, əsaslar, ümumi qəbul edilmiş şərtlər, qaydalar və praktiki yanaşmalarkimi təqdim olunur. Bu cür tərif iqtisadi subyektin maliyyə hesabatlarının uçotu və hazırlanması prinsipləri, metodları və qaydaları kimi mühasibat uçotu standartları tərəfindən də verilir. Müxtəlif mənbələrə əsasən mühasibat uçotu ilə əlaqədar siyasəti aşağıdakı formalarda ifadə etmək olar (Chartered Institute of Public Finance and Accountancy (CIPFA) and the International Federation of Accountants, This International Framework: Good Governance in the Public Sector, 2014: 35):

- maliyyə və digər hesabatları təqdim etmək məqsədilə PHŞ subyektinin fəaliyyəti haqqında məlumatları emal etmək üçün mühasibat praktikasında istifadə olunan prinsiplərin, metodların və qaydaların məcmusudur;
- maliyyə hesabatlarının hazırlanması və təqdim edilməsi üçün şirkət tərəfindən qəbul edilən konkret prinsip, əsas, şərtlər, qaydalar və təcrübələrdir;
- bu, iqtisadi subyektin təcrübəsində reqlamentləşdirilmiş və ciddi şəkildə tətbiq edilən mühasibat uçotu sahəsində təşkilati və metodoloji həllərin məcmusudur.

Bu və digər anlayışlarda uçot siyasətinin təşkilati və metodoloji aspektləri üstünlük təşkil edir. Müəssisə və ya təşkilatın, eləcə də hər hansı bir qurumun mühasibat sistemi qurumun aktivlərinin, kapitalının və öhdəliklərinin ölçüsünü və strukturunu dəyişdirən təsərrüfat əməliyyatlarına əsaslanır. Mühasibat uçotunun idarə edilməsi mühasibat uçotunun Milli və beynəlxalq standartları, eləcə də digər normativ aktlarla ətraflı şəkildə tənzimlənir. Normativ aktlar ümumi xarakter daşıyır və şirkətin mühasibat uçotunun idarə olunması üçün bir sıra variantları təqdim edir. Bununla yanaşı, şirkətin uçot siyasəti mühasibat uçotu qaydalarını fərdiləşdirməyə və konkret subyektin ehtiyaclarına uyğunlaşdırmağa imkan verir.

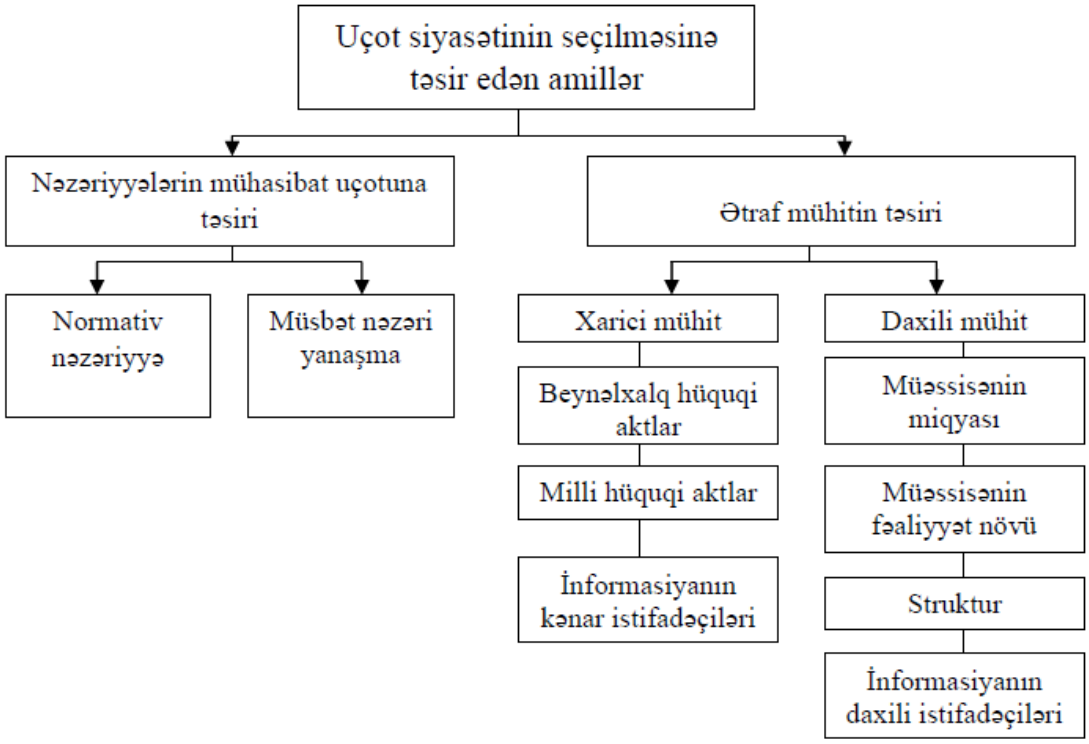
Mühasibat nəzəriyyələri müvafiq prosesi elmi cəhətdən nəzərdən keçirərək mühasibat təcrübəsinin nə üçün və necə tənzimləndiyini izah etməyə çalışır. Buna görə, uçot siyasətini formalaşdırarkən, bu nəzəriyyələrin hansı şirkətin dəyərlərinə daha yaxın olduğunu qiymətləndirmək vacibdir. Mühasibat uçotunun müsbət və normativ nəzəriyyəsi daha çox tanınır. Uçot siyasətinin seçilməsi yalnız mühasibat uçotu üzrə normativ və ya digər nəzəriyyəyə əsaslanmamalıdır. Mühasibat uçotunun müsbət nəzəriyyəsi elmi olmadığı üçün tənqid olunur. Uçot siyasətinin seçilməsi zamanı normativ nəzəriyyənin əsası da ədalətli olmayacaq, çünki o, şirkətin tələbatlarından və xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq, yalnız normativ tələblərə əsaslanır. Ona görə də uçot siyasətinin seçilməsi zamanı normativ və müsbət nəzəriyyələrin bir-biri ilə uzlaşdırılması daha məqsədəuyğun olardı. Bu, PHŞ-lər üçün daha əlverişli nəticə əldə etməyə kömək edəcək, çünki uçot siyasətinin əsası normativ aktlarda müəyyən edilmiş tələblər olacaq, eyni zamanda maliyyə vəziyyətinin və fəaliyyətin nəticələrinin düzgün müəyyənləşdirilməsinə

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

imkan verəcək, toplanmış məlumatlar isə rəhbərliyə şirkətin maraqlarını təmin etməyə kömək edəcək. Lakin uçot siyasətinin seçilməsi, həmçinin, təriflərdə əks olunmayan digər hallarla, nəzəri paradiqmanın və ya xarici və daxili mühitin təsiri ilə müəyyən edilir. Buna görə də artıq uçot siyasətinin formalaşdırılması prosesinin ilkin mərhələsində onun seçiminə təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək məqsədəuyğundur. Uçot siyasətinin seçilməsi və inkişafına təsir edən amillər kimi iki amil qrupunu qeyd etmək olar:

1) mühasibat nəzəriyyələrinin üstünlüyü amilləri, yəni mühasibat uçotunun təkmilləşən nəzəriyyəsi və normativ nəzəriyyəsi;
2) ətraf mühitin təsir amilləri, xarici mühit və daxili mühit.

Sxem 3. Uçot siyasətinin seçilməsinə təsir edən amillər.



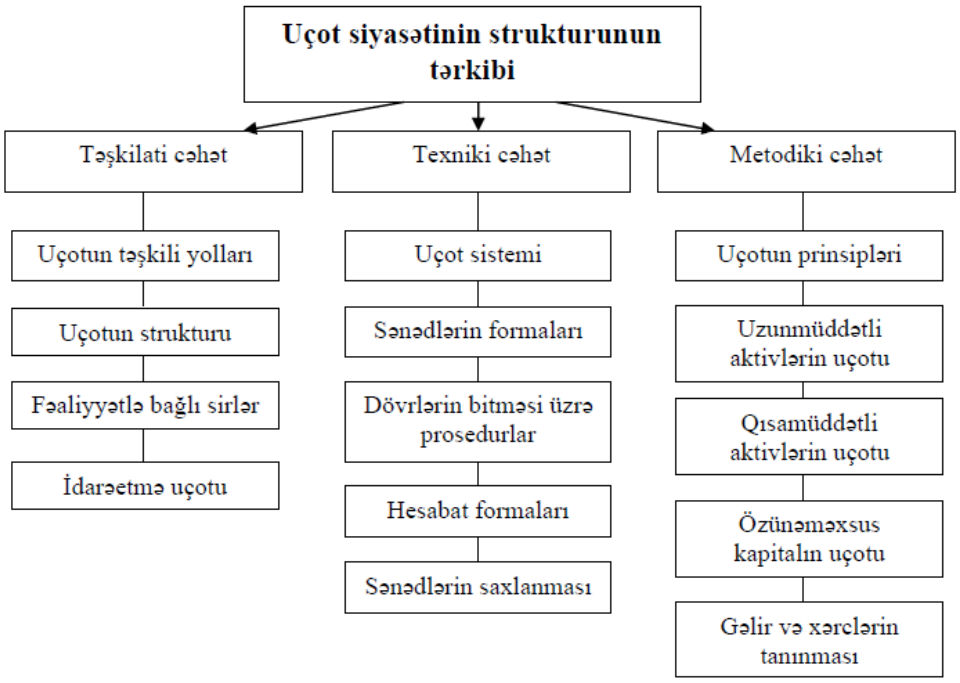
Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanıb

Ətraf mühit amilləri də uçot siyasətinin seçilməsi və formalaşması prosesinə təsir göstərir. Bu amillər ətraf mühitin xarici və daxili amillərinə aid edilə bilər. Xarici amillərə, xüsusilə qanunvericilik tələbləri aiddir. Ölkədə mühasibat uçotunun idarə edilməsi qanun, milli və beynəlxalq mühasibat uçotu standartları, eləcə də hüquqi aktlarla tənzimlənir. Bu hüquqi sənədlərə riayət etmək tələb olunur və onlar bütün şirkətlər üçün ümumi qaydalar və tələblər müəyyən edir. Bununla belə, qanunlar iqtisadi subyektlərə bu və ya digər davranış variantını seçərək təşəbbüs göstərməyə imkan verir. Prinsip ondan ibarətdir ki, müsbət, qanunla qadağan edilməyən bütün növ fəaliyyətə icazə verilir. Buna görə şirkətlər də bu prinsipə uyğun olaraq digər qaydalar müəyyən edə bilərlər. Uçot siyasətinə təsir edən daxili amillər arasında şirkətin ölçüsü, fəaliyyət növü, daxili informasiya istifadəçiləri, strukturu və təşkilati rabitəsi daxildir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Belə ki, PHŞ-lər üçün mühasibat uçotunun tənzimlənməsi prinsipial olaraq fərqlənir və mühasibat uçotunun seçilməsinin məqsədi də müxtəlif olmalıdır. Şirkətin ölçüsündən asılı olaraq, maliyyə hesabatlarının toplusunun tərkibi, maliyyə hesabatlarının illik auditinin aparılmasının zəruriliyi və s. fərqlənir. Şirkətin fəaliyyət növünü uçot siyasətinin müəyyən aspektlərinin formalaşdırılması da müəyyən edir. Uçot siyasətinin strukturunun üç əsas elementi ayrılır:
1) təşkilati;
2) Texniki;
3) metodiki.

Sxem 4. Uçot siyasətinin strukturu.



Mənbə: müxtəlif mənbələrə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

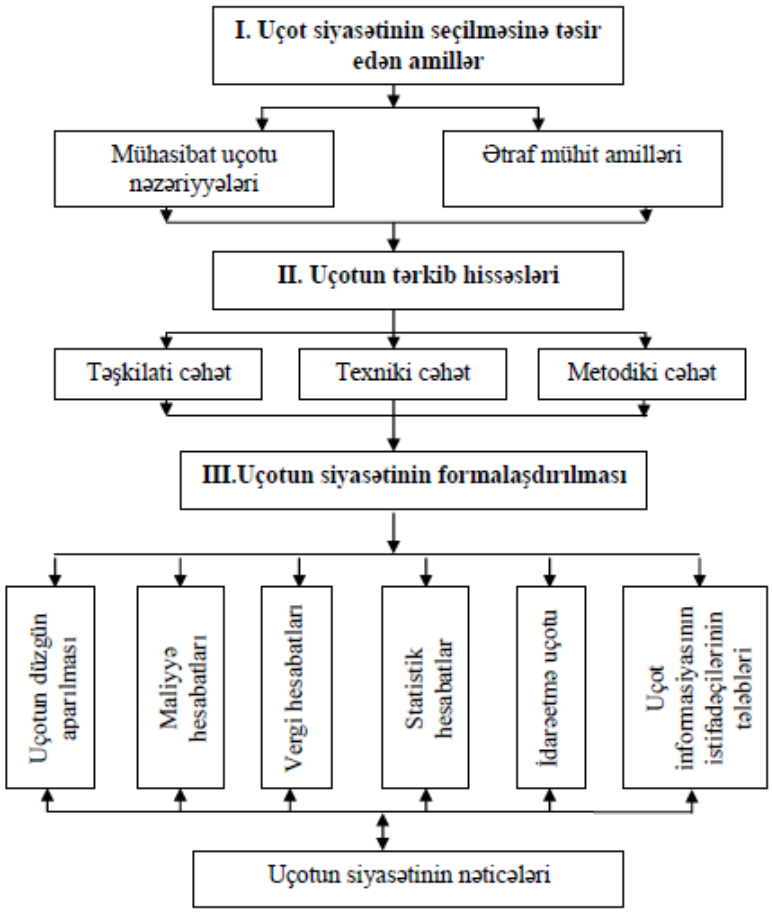
Şirkət məlumatlarının istifadəçiləri uçot siyasətinin seçilməsinə təsir göstərə bilər. Onlar öz ehtiyaclarını ödəmək üçün maliyyə uçotu və hesabat məlumatı istifadə edir. Beləliklə, uçot siyasətinin müəyyən aspektləri həm xarici, həm də daxili istifadəçilərin tələbatını ödəmək üçün formalaşdırıla bilər. Uçot siyasətinin strukturunun yaradılması beynəlxalq uçot standartlarının tətbiqi yolu mümkündür. Yaradılmanın ikinci mərhələsində uçot siyasətinin strukturunu ayırmaq məqsədəuyğundur. Bu struktur birbaşa uçot siyasətinin seçiminə təsir edən amillərdən asılıdır. Buna görə də, mühasibat uçotu prinsiplərinin və metodlarının seçilməsi zamanı birinci mərhələdə aşkar edilmiş amillər nəzərə alınmalıdır. Uçot siyasətinin təşkilati aspekti mühasibat uçotunun özünün təşkilini əks etdirir. Uçot siyasətinin ən mühüm təşkilati elementi uçotun təşkilinin seçilməsi üsuludur. Qanunun müddəalarından asılı olaraq, şirkət mühasibat uçotunun aparılmasının şirkətin mühasibatlığına, şirkətin baş mühasibatına, mühasibat firmasına verilməsi barədə qərar qəbul edə və ya başqa üsulla uçotunu apara bilər. Şirkətin mühasibatının

strukturunda işçilərin funksiyaları, iş həcmi, yerinə yetirilmə müddəti, ixtisas tələbləri və hər bir işçinin məsuliyyəti dəqiq müəyyən edilməlidir. Təşkilati aspekt şirkətin kommersiya sirlərinin müəyyən edilməsi və qorunması problemini həll etməlidir. Hər bir şirkət kommersiya sirlərinin tam siyahısı və onları qorumaq üçün bir sıra yollara malik olmalıdır. Qeyd etmək vacibdir ki, şirkət öz spesifikasına və tələbatına əsaslanaraq idarəetmə uçotu sistemini tətbiq etməyə qərar verə bilər. Uçot siyasətinin texniki aspekti uçot sistemini, sənədlərin və maliyyə hesabatlarının forma və dövriliyi, müddətin sonunda prosedurların seçilməsi və digər məsələləri əhatə edir. Ölkədə mövcud olan hüquqi aktlara uyğun olaraq, şirkət iqtisadi əməliyyatların hansı sənədlərə əsaslanacağını, hansı sənəd formalarının tərtib ediləcəyini, hansı uçot registrlərinin istifadə ediləcəyini, hansı hesabatların şirkətin maliyyə hesabatlarının toplusuna daxil olacağını, maliyyə hesabatlarının tərtib edilməsindən əvvəl aşkar edilmiş səhvlərin düzəldilməsi prosedurunu və s.müəyyənləşdirməlidir. Texniki uçot siyasəti aspektinə maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin mühasibat uçotu hesablarının planının tərtibi məsələsi də daxildir. PHŞ müəssisə və təşkilatlarına subyektin rəhbəri tərəfindən təsdiq edilən mühasibat uçotunun şəxsi hesab planını tərtib etməyə icazə verilsə də, bu təcrübə kifayət qədər nəzəri bilik və praktiki təcrübə tələb edir. Ona görə də qəbul edilmiş mühasibat uçotu və şirkətin hesablarının tipik planına riayət etmək arzu olunandır ki, onu əlavə etmək lazımdır ki, mühüm göstəriciləri detallaşdırmaq mümkün olsun. Həmçinin aktivlərin və passivlərin balansdankənar hesablarının istifadəsi də nəzərdə tutulmalıdır. Əgər subyekt idarəetmə uçotunu aparırsa, o, idarəetmə uçotunun aparılması üçün əlavə hesablardan istifadə edə bilər. Uçot siyasətinin texniki aspekti illik və dövri inventarlaşdırma prosedurlarını, sənədlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üzrə tədbirləri və şirkətin mühasibat uçotuna aid olan digər texniki məsələləri əhatə etməlidir.

Uçot siyasətinin ən mürəkkəb hissəsi metodik aspektdir. Düzgün tərtib edilmiş mühasibat metodikası hesabatlardakı müxtəlif səhvlərdən qaçınmaq üçün əsas vasitədir. Metodik aspekt mühasibat uçotunun ümumi prinsiplərinin müəyyən edilməsini, aktivlərin idarə edilməsi prinsiplərinin və metodlarının, kapitalın, öhdəliklərin, gəlirlərin və şirkətin xərclərinin seçilməsini əhatə edir. Qeyd etmək vacibdir ki, şirkətin uçotu bütün digər sahələrdə mühasibat qaydalarının əsasını təşkil edən ümumi mühasibat prinsiplərinə əsaslanır. Yaradılmış struktur əsasında uçot siyasəti mühasibat uçotunun və hesabatın aparılmasının əsas prinsiplərini və qaydalarını təsvir edən inkişafın üçüncü mərhələsində formalaşır. Bu mərhələdə uçot siyasətinin nəticəsini vurğulamaq xüsusilə vacibdir. Ümumi mənada uçot siyasəti uçotun və hesabatın düzgün aparılmasını təmin etməlidir. Bununla belə, şirkətlər bu nəticəni maliyyə, vergi, statistika və daxili hesabat kimi xüsusi elementləri göstərməklə ətraflı şəkildə göstərə bilərlər. Xarici və daxili istifadəçilərin ehtiyaclarını ödəmək də istənilən nəticənin ayrı bir elementi kimi müəyyən edilə bilər. Bu, yalnız düzgün hazırlanmış hesabatın istifadəçilərə təhlil etməyə imkan verməsi ilə bağlıdır.

Sxem 5. Uçot siyasətinin hazırlanması prosesinin potensial modeli.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Nəticə

Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, beynəlxalq səviyyədə tərtib edilmiş mühasibat uçotu standartlarının dövlət daxilində maliyyə münasibətlərinin tənzimlənməsinə və həyata keçirilməsinə təsirinin mövcud tendensiyaları, mühasibat uçotu qaydalarının müəyyən edilməsi milli qanunvericilikdə təşkilatların hüquqi statusunun yeni tənzimlənməsinə imkan verir. AR-da MHBS-nin tətbiqi ölkədə mühasibat uçotunun hüquqi əsaslarının təkmilləşdirilməsi zərurətini şərtləndirən amildir.

Müasir dövrdə mühasibat uçotu müxtəlif növ təşkilatların təsərrüfat fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsinin tərkib hissəsidir. Səlahiyyətli orqanlara maliyyə hesabatlarının tərtib edilməsi və təqdim edilməsi öhdəliyinin qoyulması müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı subyektlərin daxil etdikləri iqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsi və nəzarəti üçün ən mühüm vasitəyə çevrilir.

PHŞ müəssisə və təşkilatlarının rəhbərləri mühasibat uçotunun aparılması və hesabatların tərtib edilməsi üçün uçot siyasətinin əhəmiyyətini və zəruriliyini dərk edərək, onların subyektdə yaradılmasına təşəbbüs göstərirlər. Mühasibat siyasətinin inkişaf ardıcıllığı və bu mərhələlərin əsas elementlərini vurğulayır və təsvir edir. Tövsiyə olunan yaradılma prosesinin modelinin həyata keçirilməsi yüksək keyfiyyətli uçot siyasəti üçün zəmin yaradacaq və onun daha səmərəli tətbiqinə zəmanət verir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 6 iyul tarixli Fermanı ile tesdiq edilmish "Azerbaycan Respublikası Prezidentinin yaratdıgı publik huquqi shexslerin Numunevi Nizamnamesi". Bakı, 2018
2. "Publik huquqi shexsler haqqında" Azerbaycan Respublikasının 29 dekabr 2015-ci il 97-VQ №-li Qanunu. Bakı, 2015
3. Abbasov Q. E. ve digerleri, İqtisadiyyatın qloballashması sheraitinde maliyye hesabatlarının beynelxalq standartları esasında maliyye hesabatlarının hazırlanmasının zeruriliyi və standartlar uzre sistemin yaradılması, Muhasibat uchotu, audit ve iqtisadi tehlil, 4(226). Bakı, 2011
4. Andreas Bergman, Sandro Fuchs, A theoretical basis for public sector accrual accounting research: Current state and perspectives, Public Money & Management 39(1), 2019, p1-11
5. Chartered Institute of Public Finance and Accountancy (CIPFA) and the International Federation of Accountants, This International Framework: Good Governance in the Public Sector. Bakı, 2014.
6. Florina Popa, Public sector - conceptual elements, implications in economic and social life, Studies and Scientific Researchs.Economic edition. No 25, Bakı, 2017
7. https://gaap.ru/articles/sistema_regulirovaniya_bukhgalterskogo_ucheta_i_otchetnosti_v_rossiyskoy_federatsii/
8. https://www.e-muhasib.az/article.php?cat=2&n=1048

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ЛИЦАХ

Анвар Салахов[1], Нигяр Исмаилова[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет
[1]Доктор философских наук, доцент
[2]Магистрант, nigarismayil2000@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Бухгалтерский учет выступает в качестве правовой, организационной, информационной основы деятельности организаций. Финансовый учет, оказывающий управленческое и организационное влияние на движение денежных средств, без учета невозможна их деятельность. На основании анализа теоретических и нормативных положений, касающихся сущности бухгалтерского учета, сбора и документирования информации об их хозяйственной и иной смежной деятельности, можно утверждать, что данная категория связана с интересами частных организаций различных организационно-правовых форм, которые, с одной стороны, заключаются в организации систематизации бухгалтерского учета. Это позволяет им обеспечить самоконтроль и контроль над конкретными сферами своей деятельности. С другой стороны, Бухгалтерский учет непосредственно связан с общественными интересами государства, представлен компетентными органами,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

устанавливающими стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности, соблюдение которых выступает в качестве предмета государственного финансового контроля в случаях, определенных воплощением в специальных документах.
Публичное юридическое лицо-совокупность правовых норм, регулирующих отношения, связанные с обеспечением общегосударственных или общественных интересов. Публичное юридическое лицо-организация, созданная от имени государства и муниципального образования или публичным юридическим лицом, осуществляющая общегосударственную и (или) общественно значимую деятельность, не являющаяся государственным или муниципальным органом. Правовая основа и порядок формирования уставного капитала публичных юридических лиц, оборотных и краткосрочных активов, нематериальных активов, кассовых операций (если таковые имеются), банковских операций, банковских операций в иностранной валюте, специальных счетов в банке, иных денежных средств, денежных документов, расчетных и кредитных операций, операций с малосатановыми и подрядными организациями, покупателями и заказчиками, расчетных счетов расчетов с физическими лицами, учредителями, расчетов по налогам и другим платежам, операций по кредитам и займам, аудит обязательств должен проводиться в соответствии с отраслевыми программами и другими нормативными документами по проведению аудита, утвержденными соответствующими решениями Совета Палаты аудиторов Азербайджанской Республики.
В статье рассмотрены теоретические вопросы организации бухгалтерского учета в публично-юридических лицах, определены нормативно-правовые основы организации бухгалтерского учета в публично-юридических лицах, изучены правила ведения бухгалтерского учета в публично-юридических лицах, рассмотрены направления совершенствования бухгалтерского учета в публично-юридических лицах.
Ключевые слова: Публично-юридическое лицо, Устав, аудит, учетная политика, бухгалтерская отчетность.

Publication history

Article received: 07.03.2023
Article accepted: 21.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-254

E-ISSN: 2674-5224
269-283 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ANALYSIS OF TAX PAYMENTS AFFECTING THE FINANCIAL RESULTS OF THE ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF THE TAX BURDEN

Jamaladdin Zarbaliyev[1], Nihat Xəlilov[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor, jamaladdinzarbaliyev@gmail.com
[2] Master student, nihat_xelilov_99@mail.ru

ABSTRACT

Any organization tries to maximize its capabilities in order to operate efficiently. As a result of the weakening of financial control, situations may arise that cause interruptions in receipts and, accordingly, delays in the payment of loans and debts, delays in payments to suppliers may occur. This can lead to the threat of bankruptcy of the organization and the recognition of the organization as bankrupt. One of the conditions for the efficient operation of the organization and the prevention of the threat of bankruptcy or bankruptcy is the analysis of the financial situation of the enterprise. Another condition is the implementation of measures aimed at solving the identified problems.

The financial condition of the enterprise is the ability of the enterprise to provide financial resources necessary for the current activity of the organization. Also, the financial condition of the enterprise is a strategy for efficient use of financial resources, maintaining the solvency and financial stability of the enterprise.

The main objectives of financial analysis include:

1. Studying the structure of assets, liabilities, capital of the enterprise;
2. Studying the efficiency of using own funds;
3. Identification of negative factors that may cause serious consequences in the solvency of the enterprise.

Tax payments affect the competitiveness of products, sales prices and tariffs, production costs, sales volume and ultimately financial results and net profit. The tax system also affects the social processes at the micro level with the efficiency of the commercial organization. If the tax system allows a commercial organization to operate efficiently, it has opportunities to increase wages, which not only increases the financial status of its employees, but also increases deductions for insurance premiums and personal income tax.

Economic growth of organizations is impossible without a well-established system for managing their cash flows, financial resources and possible sources of their formation. Taxes act as one of the main external restrictions on the financial resources of economic entities and the profitability of capital. One of the main problems in the practice of tax optimization is the problem of the nature and calculation of the tax burden, its optimization models have many different determination methods.

Indirect taxes are included in the price of products, increase it, therefore the competitiveness of products decreases, because price is one of its most important components. In turn, the decrease in the competitiveness of products has a negative effect on the volume of sales, therefore, on the cost and profit of the enterprise. Direct taxes can be divided into conditional permanent and conditional variable depending on the change in the volume of production. The peculiarity of

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

conditional variable taxes is that tax payments on conditional variable taxes, as a rule, increase with the increase in the volume of production. Conditional fixed taxes include taxes that do not directly depend on production, sales and other economic indicators related to entrepreneurial activity.
Determining the optimal size of the tax burden in the current economic conditions is of great importance for the development of the national economy of Azerbaijan. The optimal size of the tax burden is the central macroeconomic problem of any state. Today, there are more than fifty methods for assessing the tax burden of organizations. However, currently none of the methods offer a scientifically based approach to determining the acceptable range of tax burden. In this regard, the author's concept of regulating the tax burden of organizations on the basis of economic-mathematical tools is proposed, the purpose of which is to provide a compromise between the fiscal and regulatory functions of taxes.
Taxes are an effective regulator of the production activity of economic entities. Taxes indirectly direct the head of the organization to create profit growth by reducing costs and increasing production efficiency. Taxes have a negative and positive effect on the activities of organizations, therefore, an important task of tax regulation of the activities of organizations is to strengthen the positive effect of taxes and weaken the negative effect. Each organization has the right to use the methods of conducting business and keeping records of economic transactions established by law in order to minimize tax obligations to the budget. Optimization of tax payments is one of the important resources for increasing entrepreneurial activity. The result of tax optimization is an increase in real opportunities for the organization's future development and efficiency. Therefore, the study of the effect of tax payments on the activity of the organization is an important condition for tax regulation of the activity of organizations.
The article is devoted to the analysis and assessment of the impact of the tax system on the organization's financial situation. In the study, the impact of direct and indirect tax payments on the organization's financial results was investigated, as well as the directions of the organization's tax burden management were included in the analysis.
Keywords: commercial organization, indirect taxes, direct taxes, tax burden, tax optimization.

TƏŞKİLATIN MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNƏ TƏSİR EDƏN VERGİ ÖDƏNİŞLƏRİNİN TƏHLİLİ VƏ VERGİ YÜKÜNÜN İDARƏ EDİLMƏSİ

Cəmaləddin Zərbalıyev[1], Nihat Xəlilov[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1] İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent, jamaladdinzarbaliyev@gmail.com
[2] Magistr tələbəsi, nihat_xelilov_99@mail.ru

XÜLASƏ

Vergi ödənişləri məhsulların rəqabət qabiliyyətinə, satış qiymətlərinə və tariflərinə, istehsal xərclərinə, satışın həcminə və son nəticədə maliyyə nəticələrinə və xalis mənfəətə təsir göstərir. Vergi sistemi kommersiya təşkilatının fəaliyyətinin səmərəliliyi ilə mikro səviyyədə sosial proseslərə də təsir göstərir. Vergi sistemi kommersiya təşkilatının səmərəli fəaliyyət göstərməsinə

imkan verirsə, onun əmək haqqını artırmaq imkanları var ki, bu da təkcə işçilərinin maddi vəziyyətinin artmasına deyil, həm də sığorta haqları və fərdi gəlir vergisi üçün ayırmaların artmasına səbəb olur.Vergi yükünün səviyyəsinin müəyyən edilməsi kifayət qədər mühüm vəzifədir. Təşkilat öz fəaliyyəti zamanı fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini və digər amilləri nəzərə almaqla ən optimal hesab etdiyi bir sıra göstəriciləri özü üçün müəyyən edir və vergi yükünün səviyyəsini müəyyən etmək üçün onlardan istifadə edir. Təşkilat bir neçə dövr ərzində alınan məlumatları öyrənir və nəinki qeyd edir, həm də vergilərin optimallaşdırılması tədbirlərinin həyata keçirilməsinin zəruriliyi məsələsini özü üçün həll edir.

Təşkilatların iqtisadi artımı onların pul vəsaitlərinin hərəkətini, maliyyə resurslarını və onların formalaşmasının mümkün mənbələrini idarə etmək üçün yaxşı qurulmuş sistem olmadan mümkün deyil. Vergilər təsərrüfat subyektlərinin maliyyə resurslarına və kapitalın gəlirliliyinə əsas xarici məhdudiyyətlərdən biri kimi çıxış edir. Vergilərin optimallaşdırılması praktikasında əsas problemlərdən biri vergi yükünün xarakteri və hesablanması problemidir, onun optimallaşdırma modelləri çoxlu müxtəlif təyinetmə üsullarına malikdir.

Məqalə vergi sisteminin təşkilatın maliyyə vəziyyətə təsirinin təhlili və qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda birbaşa və dolayı vergi ödənişlərinin təşkilatın maliyyə nəticələrinə təsiri araşdırılmış, habelə təşkilatın vergi yükünün idarə edilməsi istiqamətləri təhlilə cəlb edilmişdir.

Açar sözlər: kommersiya təşkilatı, dolayı vergilər, birbaşa vergilər, vergi yükü, vergilərin optimallaşdırılması.

Giriş

İstənilən təşkilat səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün öz imkanlarını maksimum dərəcədə artırmağa çalışır. Maliyyə nəzarətinin zəifləməsi nəticəsində daxilolmalarda fasilələrə səbəb olan vəziyyətlər yarana bilər və müvafiq olaraq kredit və borcların ödənilməsində gecikmələr, təchizatçılara ödənişlərin gecikdirilməsi baş verə bilər. Bu, təşkilatın iflas təhlükəsi və təşkilatın müflis kimi tanınmasına gətirib çıxara bilər. Təşkilatın səmərəli fəaliyyətinin və iflas və ya müflisləşmə təhlükəsinin qarşısının alınmasının şərtlərindən biri müəssisənin maliyyə vəziyyətinin təhlilidir. Digər şərt isə müəyyən edilmiş problemlərin həllinə yönəlmiş tədbirlərin tətbiqidir.

Müəssisənin maliyyə vəziyyəti müəssisənin təşkilatın cari fəaliyyəti üçün zəruri olan maliyyə resurslarını təmin etmək qabiliyyətidir. Həmçinin, müəssisənin maliyyə vəziyyəti maliyyə resurslarından səmərəli istifadə, müəssisənin ödəmə qabiliyyətini və maliyyə sabitliyini qorumaq strategiyasıdır.

Maliyyə təhlilinin əsas məqsədlərinə aşağıdakılar daxildir:

1. Müəssisənin aktivlərinin, öhdəliklərinin, kapitalının strukturunun öyrənilməsi;
2. Öz vəsaitlərindən istifadənin səmərəliliyinin öyrənilməsi;
3. Müəssisənin ödəmə qabiliyyətində ciddi nəticələrə səbəb ola biləcək mənfi amillərin müəyyənləşdirilməsi.

Məqsəd

Məqalədə əsas məqsəd vergi sisteminin kommersiya təşkilatının fəaliyyətinə təsir mexanizmini, dolayı vergilərin maliyyə nəticələrinə təsir mexanizmini, birbaşa vergilərin müəssisənin maliyyə nəticələrinə təsir mexanizmini, təşkilatın vergi yükünün idarə edilməsi istiqamətlərini, iqtisadi və riyazi alətlər əsasında təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi konsepsiyasının əsas elementini təhlil etməkdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Təşkilatlar üçün vergilərin hansı mənbələr hesabına ödənilməsi vacibdir. Çünki bu, məhsullarının rəqabət qabiliyyətini, satış həcmini və nəticədə fəaliyyətin maliyyə göstəricilərini müəyyənləşdirir. Bu mənbələrə aşağıdakılar daxildir: təşkilatın xərcləri, mənfəət, satış gəlirləri. Vergi ödənişlərinin ən böyük qrupu xərclərə aid edilən vergilərdir. Buna görə də bu mövzunun elmi müstəvidə işlənməsi aktuallıq kəsb edən məsələdir.

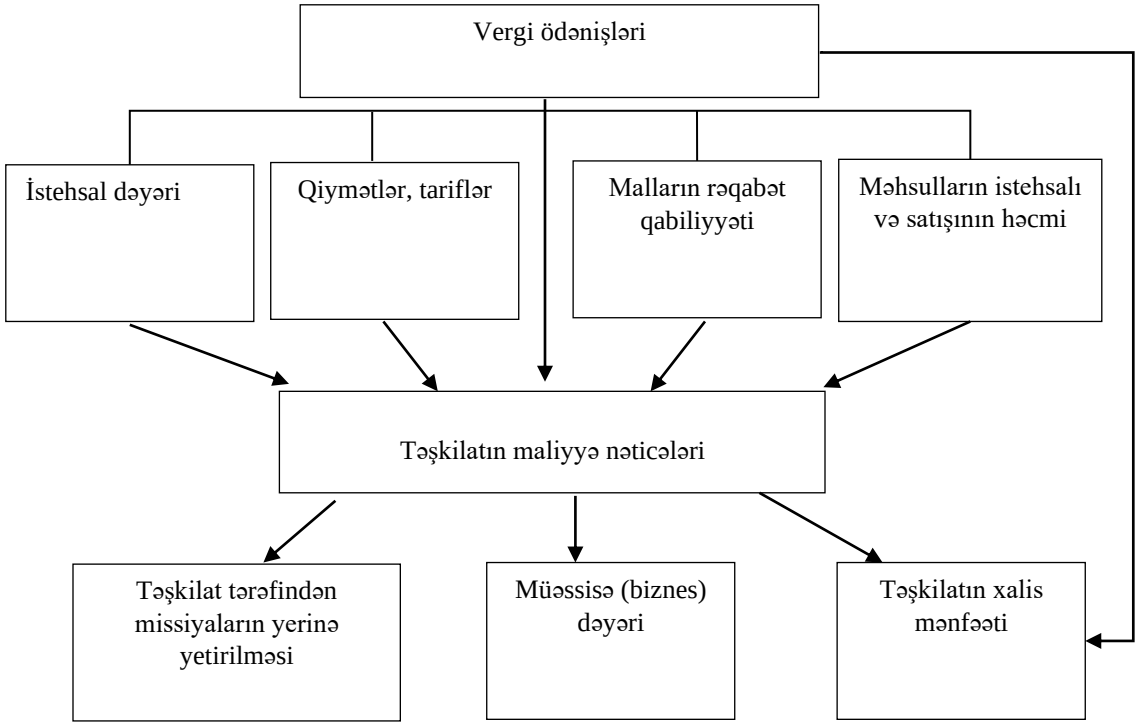
Metodlar

Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində faktların toplanması, elmi abstraksiya, analogiya, məntiqi təhlil, induksiya və deduksiya, ümumiləşdirmə, müqayisəli təhlil, sistemli yanaşma, elmi ədəbiyyatın kontent-təhlil kimi bir sıra metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur.

Kommersiya təşkilatları (müəssisələri) ölkə iqtisadiyyatının inkişafının əsasını təşkil edir. Onların inkişaf səviyyəsi və dinamikası müxtəlif səviyyəli büdcələrin mədaxil hissəsinin həcmini, milli gəlirin və ÜDM-in həcmini müəyyən edir. Ona görə də dövlətin əsas vəzifəsi onların inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmaqdır. Bu zaman qarşılıqlı fayda əldə edilir - müxtəlif səviyyəli büdcələrə vergi ödənişlərinin maksimum daxil olması və kommersiya təşkilatlarının vergi yükünün azaldılması üçün ilkin şərtlərin yaradılması.

Vergi ödənişləri müəssisənin fəaliyyətinə, ilk növbədə, son maliyyə nəticələrinə ən çox təsir göstərir. Bu təsirin mexanizmi sxem 1-də göstərilmişdir.

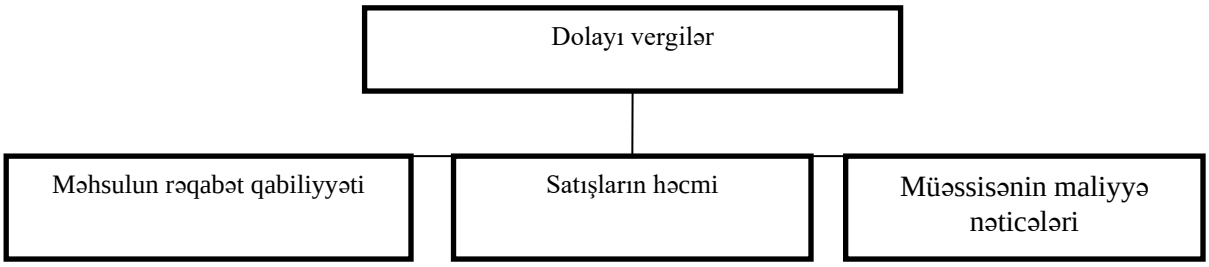
Sxem 1. Vergi sisteminin kommersiya təşkilatının fəaliyyətinə təsir mexanizmi.



Mənbə: https://studme.org/102970/ekonomika/mehanizm_vliyaniya_nalogovyh_platezhey_finansovye_rezultaty_raboty_predpriyatiya

Kommersiya təşkilatı tərəfindən ödənilən vergilər işin maliyyə nəticələrinə fərqli şəkildə və müxtəlif yollarla təsir göstərir. Hesab edilir ki, dolayı vergilərlə müqayisədə birbaşa vergilər maliyyə nəticələrinə daha çox təsir edir. Dolayı xərclər məhsulların qiymətinə daxildir, onların son ödəyicisi əhalidir. Buna baxmayaraq, onlar müəssisənin yekun nəticələrinə təsir göstərirlər (sxem 2).

Sxem 2. Dolayı vergilərin maliyyə nəticələrinə təsir mexanizmi.



Mənbə:https://studme.org/102970/ekonomika/mehanizm_vliyaniya_nalogovyh_platezhey_finansovye_rezultaty_raboty_predpriyatiya

Dolayı vergilər məhsulların qiymətinə daxil edilir, onu artırır, buna görə də məhsulların rəqabət qabiliyyəti azalır, çünki qiymət onun ən vacib komponentlərindən biridir. Öz növbəsində məhsulların rəqabət qabiliyyətinin azalması satışın həcminə, deməli, müəssisənin maya dəyərinə və mənfəətinə mənfi təsir göstərir. Dolayı vergilər müəssisənin maliyyə nəticələrinə dolayı təsir göstərdiyi kimi (məhsulların rəqabət qabiliyyəti və satışın həcmi vasitəsilə) müəssisənin maliyyə nəticələrinə də birbaşa təsir göstərir.

Dolayı vergilər (ƏDV, aksizlər) malların (işlərin, xidmətlərin) qiymətinə daxil edilir və son istehlakçılar tərəfindən ödənilir. Nəzəri baxımdan, dolayı vergilər əmtəə istehsalçılarının və satıcılarının maraqlarını pozmaq imkanını istisna edir, çünki onların ödəniş mənbəyi son istehlakçıların gəlirləridir (Memmedov F.E., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kelbiyev Y.A., Rzayev Z.H., 2010: 49 s.). Bununla birlikdə, bəzi hallarda istehsalçı və ya satıcı dolayı vergilərin ödəyicisi ola bilər, sonra mənfəət onların ödənilməsinin mənbəyinə çevrilir və dolayı vergilərin müəyyən bir hissəsi birbaşa vergitutma xüsusiyyətlərini qəbul edir. Belə hallar bir neçə halda yarana bilər:

1) əmtəə təklifi bazarın onlarla həddindən artıq dolması səbəbindən onlara olan effektiv tələbi əhəmiyyətli dərəcədə üstələdikdə;

2) qiymətdə dolayı vergilərin böyük payı hesabına məhsula tələb azaldıqda, bu da məhsulu istehlakçıların əsas hissəsi üçün əlçatmaz edir;

3) məhsulun rəqabət qabiliyyətinin olmadıqda.

Bu halların hər hansı birində vergi ödəyiciləri ya istehsal xərclərini və ya mənfəəti azaltmaqla qiymətləri azaltmalı, ya da istehsal və satış həcmini azaltmalıdırlar. Bu, sahibkarlıq fəaliyyətini cilovlamağa, təşkilatları məhsulların rəqabət qabiliyyətini artırmağa və yeni texnikanın,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

texnologiyaların və s. tətbiq etməklə istehsal xərclərini azaltmağa stimullaşdırmağa yönəlmiş dolayı vergilərin tənzimləyici rolunu göstərir.

ƏDV və aksiz vergiləri daxil olmaqla satış qiymətlərinin artması istehlak tələbinin və məhsulların rəqabət qabiliyyətinin azalmasına səbəb olur, çünki qiymət onun ən vacib komponentlərindən biridir. Öz növbəsində məhsulların rəqabət qabiliyyətinin aşağı düşməsi satışın həcminə, nəticədə müəssisənin maya dəyərinə və mənfəətinə mənfi təsir göstərir. Dolayı vergilər təşkilatın gəlirlərini (1 - D) dəfə azaldır, burada D - ƏDV və aksizlərin dərəcəsidir. Qiyməti artırmaqla, yaxud xərcləri azaltmaqla dolayı vergilərin təsirini zəiflətmək olar. Sonuncu daha səmərəlidir, çünki xərclərin 1 manat azalması həm də mənfəəti 1 manat, gəlirin 1 manat artması isə mənfəəti yalnız (1 - D) manat artırır.

Dolayı vergilər istehsalın effektiv tənzimləyicisidir, dolayı yolla təşkilat rəhbərini qiymətləri artırmaqla deyil, istehsalın səmərəliliyini artırmaqla mənfəət artımı yaratmağa yönəldir. Dolayı vergilərin təsirini azaltmaq xərcləri, yəni məhsul vahidinin (işlərin, xidmətlərin) dəyərini azaltmaqla daha səmərəlidir. Eyni zamanda, əmək məhsuldarlığının artması, əmək xərclərinin azalması və maddi xərclərin azalmaması ən səmərəli üsullar sayılır.

İstehsal xərcləri ilə bağlı vergilər (sığorta haqları, torpaq vergisi və s.), dolayı vergilər kimi, məhsulların qiymətini artırır və malların, işlərin və xidmətlərin alıcıları tərəfindən ödənilir. Əksər təşkilatlar üçün dolayı vergilər və xərclərlə əlaqəli vergilər daxil olmaqla məhsulların, işlərin və xidmətlərin qiymətinin artması xərclərin azaldılmasında iqtisadi marağı pozur, dövriyyə kapitalının istehsal məqsədləri üçün istifadəsindən yayındırılmasına səbəb olur, təşkilatlar üçün əlavə ehtiyac yaradır və onlar yüksək faizlə verilən bank kreditləri hesabına ödəmək məcburiyyətində qalırlar, bu da maliyyə vəziyyətinə mənfi təsir göstərir və xalq təsərrüfatında əhəmiyyətli miqdarda borclara səbəb olur. Birbaşa vergilərin təsir mexanizmi sxem 3-də göstərilmişdir.

Sxem 3. Birbaşa vergilərin müəssisənin maliyyə nəticələrinə təsir mexanizmi

Məhsulun satış həcmi (ƏDV və aksizlər istisna olmaqla)
İstehsal dəyəri
Vergisiz istehsal dəyəri + Qiymətə daxil olan vergilər
Maliyyə nəticələri
Vergisiz maliyyə nəticəsi — Mənfəət hesabatına aid edilən vergilər
Təşkilatların gəlir vergisi
Xalis gəlir
Xalis gəlirə tutulan vergilər
Təşkilatın sərəncamında qalan xalis mənfəət

Mənbə:https://studme.org/102970/ekonomika/mehanizm_vliyaniya_nalogovyh_platezhey_finansovye_rezultaty_raboty_predpriyatiya

Birbaşa vergilər istehsalın həcminin dəyişməsindən asılı olaraq şərti daimi (əmlak vergisi, nəqliyyat vergisi, torpaq vergisi) və şərti dəyişənlərə (sığorta haqları, mədən vergisi, gəlir vergisi və s.) bölünə bilər. Şərti dəyişən vergilərin özəlliyi ondan ibarətdir ki, istehsal həcminin artması ilə şərti dəyişən vergilər üzrə vergi ödənişləri, bir qayda olaraq, artır. İstehsalın həcminin dəyişməsi ilə şərti sabit vergilərin dəyəri praktiki olaraq dəyişmir. Buna görə də, bir təşkilatda məhsul istehsalının (işlərin, xidmətlərin) həcminin azalması tendensiyası varsa, bu halda şərti daimi vergilər müəssisənin maliyyə nəticələrinə ən mənfi təsir göstərir.
Tətbiq olunan əmək haqqı sistemindən asılı olaraq, təşkilat işçilərinin əmək haqqı da şərti dəyişən və şərti daimi ola bilər. Sığorta haqları da müvafiq olaraq iki hissəyə bölünür: şərti daimi və şərti dəyişən.

$$Tsö = Shşdh + Shşd = Dəh \cdot S + Nəəh \cdot S \quad (1)$$

burada

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Tsö – təşkilatın sığorta ödənişləri;
Shşdh – sığorta haqlarının şərti daimi hissəsi;
Shşd – sığorta haqlarının şərti dəyişən hissəsi;
Dəh – dəyişən əmək haqqı;
Nəəh – nəticəyə əsaslanan əmək haqqı;
S – sığorta ödənişlərinin faiz dərəcəsi.

Məhsulların satışının həcminin artması ilə şərti-daimi vergi ödənişləri bir istehsal vahidinə görə azalır, buna görə də təşkilat onlara nisbi qənaət edir, eyni zamanda maya dəyəri azalır və bu vergi ödənişlərinin onun strukturunda payı da azalır (https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-nalogov-na-rezultaty-deyatelnosti-organizatsiy).
İstehsal həcminin artması ilə əlaqədar sığorta haqlarının azalmasının məbləği aşağıdakı düsturla müəyyən edilə bilər:

$$Sham=(Shşdh/V_0 – Shşdh/V_1)*V_1 \quad (2)$$

burada $\Delta Sö$ – məhsulların istehsalı və satışının artması ilə əlaqədar sığorta ödənişlərinin azalmasının miqyası;
V_0, V_1 – baza və hesabat dövründə müvafiq olaraq istehsalın və satışın həcmi.

Vergi ödənişləri yalnız indiki deyil, həm də gələcəkdə təşkilatın bütün fəaliyyət göstəricilərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu təsir həm müsbət, həm də mənfi baxımdan qiymətləndirilə bilər. Vergilərin mənfi təsiri təşkilatın gəlirlərinin və investisiya imkanlarının birbaşa azalmasında özünü göstərir. Bu birbaşa təsir vergilərin fiskal funksiyasının həyata keçirilməsi nəticəsində özünü göstərir. Müsbət cəhətlərə təşkilatlarda resurslardan istifadənin, əməyin səmərəliliyinin, istehsalın və idarəetmənin səmərəliliyini artırmaq yollarını tapmaq üçün dolayı stimullar daxildir. Təşkilatın səmərəliliyini artırmaq üçün vergi ödənişlərinin müəssisənin maliyyə nəticələrinə təsirini sistematik şəkildə təhlil etmək lazımdır.
Beləliklə, vergilər təşkilatın fəaliyyətinə fərqli təsir göstərir. İqtisadiyyat subyektləri vergilərin müsbət təsirini gücləndirməyə və mənfi təsirini zəiflətməyə çalışmalıdır.
Vergi yükünün hesablanması müəssisə üçün ən mühüm məqsədə malikdir - bu, gələcək dövrlərdə vergi yükünün proqnozlaşdırılmasıdır. Vergi yükünün məbləği kommersiya təşkilatının fəaliyyətindən, vergi bazalarının dəyişmə dinamikasından, vergilərə təsir edən xarici amillərin təsirindən və dəyişməsindən asılıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, vergi yükünün ölçüsü təşkilatın fəaliyyət növü və onun həyata keçirilməsi formaları, vergi rejimi, kommersiya təşkilatının hüquqi forması, vergi və mühasibat uçotunun xüsusiyyətləri kimi amillərdən asılıdır. Kommersiya təşkilatında vergi yükü əsasən vergilərin yığılması mexanizmi ilə müəyyən edilir. Beləliklə, vergi yükü, vergi dövrü ərzində qeyd-şərtsiz, təmənnasız və geri qaytarılmayan büdcəyə köçürülməli olan pul vəsaitlərinin ümumi miqdarını müəyyən edən birlik və qarşılıqlı əlaqədə konkret maliyyə-təsərrüfat əməliyyatları və ya digər qanuni əhəmiyyətli hərəkətlər etməsi ilə əlaqədar vergi ödəyicisinə tətbiq olunan qanunla müəyyən edilmiş vergi və ya yığım əlamətləri olan vergilər, rüsumlar və digər ödənişlərin məcmusudur (Abanis E., Turyahebwa A., Arthur-Burani P., 2013: p. 35).
Vergilərin azaldılmasının hüquqi yolları vergitutmanın optimallaşdırılmasının müxtəlif variantlarıdır (vergi siyasətinin işlənib hazırlanması, vergi planlaşdırılması, vergi təqviminin

tərtibi). Vergilərin optimallaşdırılması dedikdə məqsədli hüquqi tədbirlər, o cümlədən güzəştlərdən, vergidən azadolmalardan və digər hüquqi üsullardan istifadə etməklə vergi öhdəliklərinin azaldılması başa düşülür.

Vergilərin minimuma endirilməsinin qeyri-qanuni üsulları cinayət vergisindən yayınma kimi başa düşülür. Bu, vergi ödəyicisinin mövcud qanunvericiliyi pozaraq qəsdən vergi öhdəliklərini azaltdığı zaman vergi ödəmələrini azaltmağın yollarıdır.

Vergi planlaşdırması ilə vergi yükü arasında nəzəri əlaqəni konkret vergi optimallaşdırma tədbirlərini, onların vergi yükünə təsirini və bunun nəticəsində yaranan vergi riskini nəzərə almaqla praktikada təsdiq etmək olar. Vergi optimallaşdırma üsullarının nisbətini, onların vergi yükü və vergi risklərinə təsirini nəzərdən keçirdək.

Qeyri-xətti amortizasiya metodunun istifadəsi kimi vergi optimallaşdırma metodundan istifadə edərkən vergi yükü zamanla yenidən bölüşdürülür: cari dövrdə vergi yükü azalır, gələcək dövrdə isə artır.

Müqayisə edilə bilən şərtlərlə öhdəliklərdən istifadə etməklə kreditlər üzrə faizlərin tanınması gəlir vergisinin azalması ilə əlaqədar azalma şəklində vergi yükünün məbləğinə təsir göstərir. Bu zaman vergi riski orta səviyyədədir, çünki müqayisəli öhdəliklərin dəqiq müəyyən edilməsində problemlər mövcuddur (Kasyanova G.YU., 2018: 960 p.).

Vergi optimallaşdırmasının ümumi metodlarından biri əsas vəsaitlərin təmiri, məzuniyyət haqqının, illik xidmət haqqının ödənilməsi üçün ehtiyatların yaradılmasıdır. Ehtiyatlar yaratmaqla təşkilatlar öz dövriyyə vəsaitlərini müvəqqəti saxlaya bilirlər, çünki ehtiyatlar sayəsində vergi ödənişlərinin bir hissəsinin ödənilməsi daha sonrakı tarixə salınır. Bu vəziyyətdə vergi riski orta səviyyədədir, çünki ehtiyatların əsassız artıqlığı mümkündür.

Şübhəli borclar üçün ehtiyat vergi planlaşdırmasının tətbiqində ən çox yayılmış və faydalı üsuldur. Bu, təşkilata öz itkilərini bərabər şəkildə azaltmaq imkanı verir, beləliklə alıcılar tərəfindən malların, işlərin və xidmətlərin ödənilməsi öhdəliklərini yerinə yetirməməsindən sığorta əldə edir. Şübhəli borclar üçün ehtiyat yaratmaqla şirkət gəlir vergisinin ödənilməsi üçün möhlət alır və dövriyyə kapitalına qənaət edir. Şübhəli borcun məbləğindən gəlir vergisi yalnız alıcı təhvil verilmiş məhsula, xidmətə və işə görə borcunu qaytardıqda ödənilir.

Alternativ vergi optimallaşdırma metodlarına münasibətlərin dəyişdirilməsi metodu daxildir: əmlakın nizamnamə kapitalına ilkin töhfəsi və bu payın daha da satılması yolu ilə satılması və, beləliklə, ƏDV-nin azaldılması səbəbindən vergi yükünün azalması baş verir. Bu vəziyyətdə vergi riski orta və ya yüksəkdir.

Vergilərin optimallaşdırılmasının digər üsulu holdinq üsuludur, yəni struktur bölmələrinin ayrıca hüquqi şəxslərə ayrılmasıdır (variant kimi). Vergi yükünün azalması onunla əlaqədardır ki, yeni yaradılan müəssisələr xüsusi vergi rejimləri altında olarsa, əməkhaqqından büdcədənkənar fondlara ayırmaların həcmini azaltmaq, əmlak vergisi üzrə vergitutma bazasını azaltmaq mümkün olacaq. Bu vəziyyətdə vergi riski aşağı kimi qiymətləndirilir, lakin filiallarla münasibətlərdə ənənəvi olaraq yaranan problemlər ola bilər (https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-nagruzka-kommercheskoy-organizatsii-i-napravleniya-ee-optimizatsii).

Beləliklə, vergi planlaması təşkilatda baş verən, onun rəhbərliyi tərəfindən başlanan, üç kateqoriya ilə sıx əlaqəli olan mürəkkəb bir prosesdir.

Birinci kateqoriya vergi yüküdür ki, onun iki tərəfi var - keyfiyyət və kəmiyyət. Vergi yükünün səviyyəsini hesablamaq üçün riyazi aparat və bir sıra göstəricilər mövcuddur.

Eyni zamanda, vergi yükü vergilərin optimallaşdırılması üsullarını özündə birləşdirən ikinci kateqoriyanın təsirinə məruz qalır. Onların tətbiqində əsas məqsəd vergi yükünü bu və ya digər dərəcədə azaltmaqdır.

Üçüncü kateqoriyaya vergilərin optimallaşdırılmasının əlavə təsiri olan vergi riskləri daxildir. Risklər baş vermə ehtimalı və mümkün zərərin miqdarı kimi xüsusiyyətlərə malikdir. Hər üç kateqoriyanın xüsusiyyətlərini bilmək, verginin optimallaşdırılması üsullarının düzgün tətbiqi, ağlabatan vergi riskləri və qanunlara riayət etməklə vergi planlaşdırması nəticəsində arzu olunan iqtisadi effekti əldə etməyə kömək edir.

Bununla belə, bu üsulların tətbiqi və daha da optimallaşdırılması təşkilatda vergi yükünü konkret sahə üzrə sahibkarlıq subyektləri üçün orta səviyyədən aşağı salmamalıdır, çünki bu, yerində vergi yoxlamasının aparılmasına səbəb ola bilər. Kommersiya təşkilatları üçün vergilərin optimallaşdırılmasının potensial və daha qlobal yolu vergitutma sisteminin və ya vergi rejiminin (ümumi vergitutma sistemi, sadələşdirilmiş vergi sistemi, hesablanmış gəlirdən vahid vergi, patent, vahid kənd təsərrüfatı vergisi) səlahiyyətli seçimidir.

Kommersiya təşkilatı ümumi vergitutma sistemindən istifadə etdikdə, verginin optimallaşdırılmasının ən təsirli yolları aşağıdakılardır: amortizasiya bonusu (əsas vəsaitlərin dəyərinin bir hissəsini xərc kimi silinməyə imkan verən mənfəət vergisi güzəşti); qeyri-xətti amortizasiya metodu (azalma qalıq üsulu, faydalı istifadə müddətlərinin illərinin cəminə görə silinmə üsulu, istehsal həcminə mütənasib olaraq silinmə üsulu); ehtiyatların yaradılması; əsas vəsaitlərin alqı-satqısı müqavilələrinin lizinq müqavilələri ilə əvəz edilməsi. Bu üsullar təşkilata gəlir vergisinin ödənilməsində pulsuz möhlət şəklində iqtisadi effekt əldə etməyə imkan verəcəkdir. Vergilərin optimallaşdırılması məqsədləri üçün maliyyə uçotunda amortizasiyanın istehsal metodundan istifadə edildikdə, təşkilat mənfəət vergisinin pulsuz təxirə salınması, habelə əmlak vergisinə qənaət şəklində iqtisadi effekt əldə edəcəkdir. Kommersiya təşkilatı öz fəaliyyətində sadələşdirilmiş vergitutma sistemindən istifadə etdikdə, verginin optimallaşdırılmasının ən səmərəli yolu vergitutma obyektinin rasional seçimidir. Obyektin səriştəli seçimi təşkilata vahid vergiyə əhəmiyyətli miqdarda qənaət etməyə imkan verəcək ki, bu da müsbət iqtisadi effekt verəcəkdir.

Bundan əlavə, üç vergi rejimindən hər hansı birində olmaqla, vergitutmanı optimallaşdırmaq üçün kommersiya təşkilatı aşağıdakı üsullardan istifadə edə bilər: mühasibat (kadr, hüquqi) autsorsinqin tətbiqi; təşkilatın işçiləri üçün il ərzində əmək haqqı artımlarının səlahiyyətli qeydiyyatı (hər bir işçi üçün ayrıca); kompensasiya ödənişləri sistemindən istifadə və frilansin tətbiqi; "bayram" mükafatlarının maddi yardıma yenidən təsnifləşdirilməsi. Vergilərin optimallaşdırılmasının bütün bu yolları və üsulları təşkilata büdcədənkənar fondlara icbari sığorta haqlarına qənaət etmək imkanı əldə etməyə imkan verəcək.

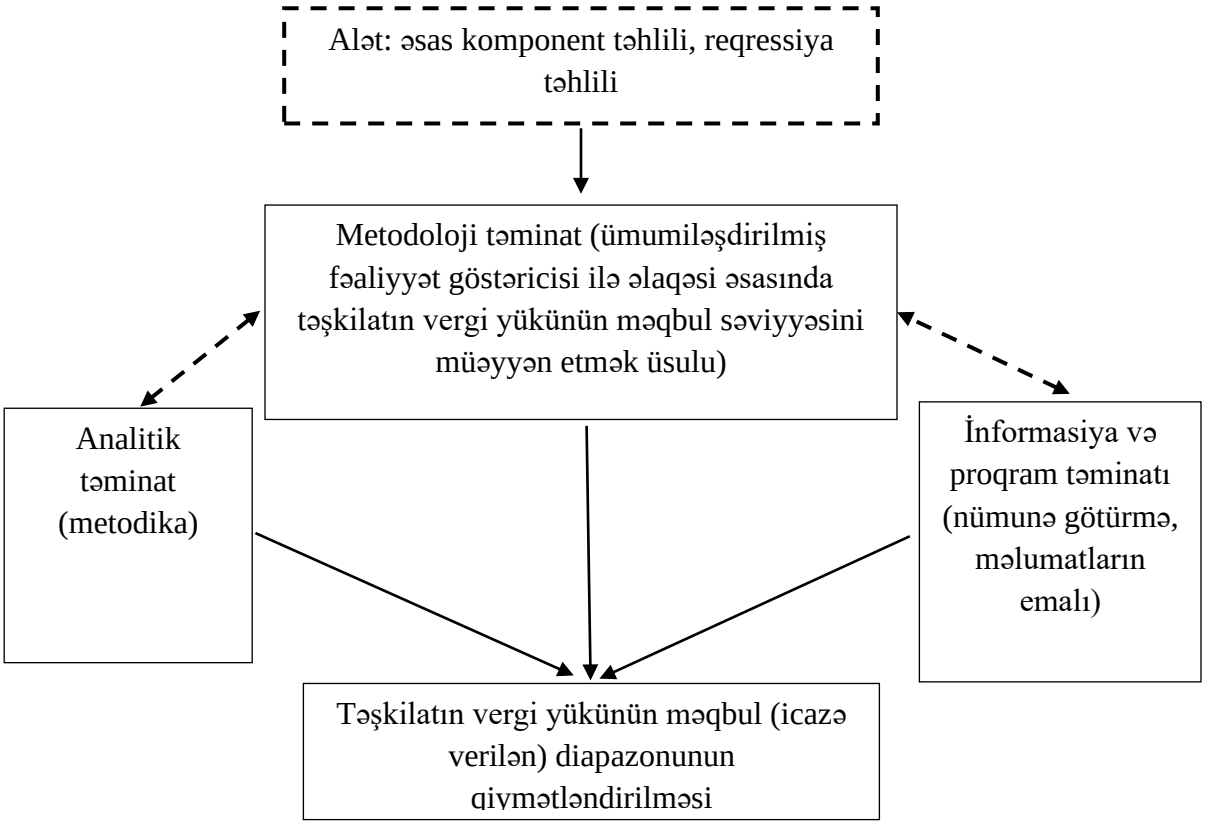
Bu gün təşkilatların vergi yükünün qiymətləndirilməsi üçün əllidən çox üsul mövcuddur. Metodların öyrənilməsinin ilkin mərhələlərində onları bir meyara - ümumiləşdirici göstəricinin növünə görə təsnif etmək olurdu. Qiymətləndirmə metodlarının müasir təsnifatı üçün meyarların dairəsi əhəmiyyətli dərəcədə genişlənmişdir: ümumiləşdirici göstəricinin növü, məqsədi və əhatə dairəsi, qiymətləndirmə göstəricilərinin növü, vergi köçürmələrinin uçotu, kölgə komponentinin uçotu və s. (Grebeshkova I.A., 2018: p. 71-75). Metodların müxtəlifliyinin əsasını vergilərin uçotu və vergi sisteminin təşkilatların fəaliyyətinə təsirini qiymətləndirmək üçün göstəricinin istifadəsi ilə bağlı fikir ayrılığı təşkil edir. Eyni zamanda, vergi yükünün qiymətləndirilməsi üçün bu və ya digər göstəricinin əsaslandırılması əsasən keyfiyyət təhlili metodlarından istifadə

etməklə həyata keçirilir. Hazırda metodların heç biri vergi yükünün məqbul diapazonunun müəyyən edilməsinə elmi əsaslandırılmış yanaşma təklif etmir.
Bununla əlaqədar olaraq, iqtisadi-riyazi alətlər əsasında təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsinin müəllif konsepsiyası təklif olunur ki, onun məqsədi vergilərin fiskal və tənzimləyici funksiyaları arasında kompromis təmin etməkdir.
Təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi konsepsiyası aşağıdakı müddəalara əsaslanır:
- Müəllif konsepsiyası çərçivəsində təşkilatın vergi yükünün tənzimlənməsinin rəhbərliyi tərəfindən həyata keçirilməsini istisna etmədən dövlət tənzimlənməsi nöqteyi-nəzərindən müəyyən edilir.
- Təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi ilə bağlı qərardan əvvəl onun qiymətləndirilməsi aparılır, çünki vergi yükünün tənzimlənməsi sahəsində yenilikləri nəzərdən keçirməzdən əvvəl onun mövcud vəziyyətini bilmək vacibdir. Mövcud vəziyyətin qiymətləndirilməsi vergi yükünün tənzimlənməsi çərçivəsində tədbirlərin tətbiqinin mümkün nəticələrini nəzərdən keçirməyə imkan verəcək. Vergi yükünün tənzimlənməsi çərçivəsində tədbirlərin nəticələrini qiymətləndirərkən vergi yükünün mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi də vacibdir.
- Konsepsiyanın əsasını vergi yükü ilə təşkilatın fəaliyyət göstəriciləri arasındakı əlaqə təşkil edir. Eyni zamanda, vergi yükünün qiymətləndirilməsi modellərinin perspektivli sahələrindən biri də ekonometrik modellər olduğundan təşkilatların vergi yükü ilə fəaliyyət göstəriciləri arasında əlaqənin ekonometrik asılılıqlar şəklində təqdim edilməsi təklif olunur.
- Müəllif konsepsiyası çərçivəsində təşkilatların vergi yükünün diaqnostikası bütövlükdə iqtisadiyyat üzrə ümumiləşdirilmiş məlumatlar əsasında onun makroiqtisadi qiymətləndirilməsi ilə bərabər həyata keçiriləcək. Eyni zamanda, müəllif konsepsiyası həm təşkilatlar, həm də dövlət səviyyəsində vergi yükünün qiymətləndirilməsində vahid yanaşmadan istifadəni, qiymətləndirmənin nəticələrinin müqayisəliliyini təmin etməyi nəzərdə tutur. Müəllifin konsepsiyasında təqdim olunan işlənmiş vasitələrin əsasını ümumiləşdirilmiş fəaliyyət göstəricisi əsasında təşkilatın vergi yükünün qiymətləndirilməsi metodu təşkil edir (sxem 5).
Təşkilat üçün məqbul vergi yükü səviyyəsinin müəyyən edilməsi vəzifəsi vergi yükünün məqbul diapazonunun qiymətləndirilməsinə çevrilir, çünki vergi yükü sənaye mənsubiyyətindən, fəaliyyətin səmərəliliyindən və təşkilatın idarəetmə səviyyəsindən asılıdır. Təşkilatın fəaliyyət göstəricilərinin müxtəlifliyinə görə onların xətti birləşməsini nəzərdən keçirilir.
İqtisadi və riyazi alətlərə əsaslanan vergi yükünün tənzimlənməsi konsepsiyasının həyata keçirilməsi sxem 6-da təqdim olunur.
Müəllifin konsepsiyasının bir hissəsi olaraq aşağıdakı alətlər hazırlanmışdır:
- Optimallaşdırıcı resurs-vergi modeli təşkilatın özünümaliyyələşdirmə və kreditləşdirmə şərti ilə resurs bazası nəzərə alınmaqla vergi yükünü qiymətləndirməyə və mövcud resurs bazasının məqbul səviyyədə vergi yükünü təmin edib-etmədiyini müəyyən etməyə imkan verir. Model vergi yükü ilə gəlirlilik və əsas kapitalın artım tempi kimi ənənəvi fəaliyyət göstəriciləri arasındakı əlaqəni nəzərə alır.
- Vergi yükü baxımından təşkilatların fərqləndirilməsi modeli. Diferensiasiyanın qiymətləndirilməsi mövcud iqtisadi şəraitdə məcburi və ya məqsədəuyğun diferensasiyaya ehtiyac ola biləcəyi ehtimalına əsaslanır. Differensiallaşdırma dedikdə differensiallaşdırılmış vergi dərəcələrinin tətbiqi
xərclərini nəzərdə tutulur.
- Maliyyə əmsalları əsasında təşkilatın vergi yükünün diapazonunu dolayısı ilə qiymətləndirməyə imkan verən vergi diaqnostikasının diskriminant modeli. Təşkilatın elan etdiyi vergi yükünün

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

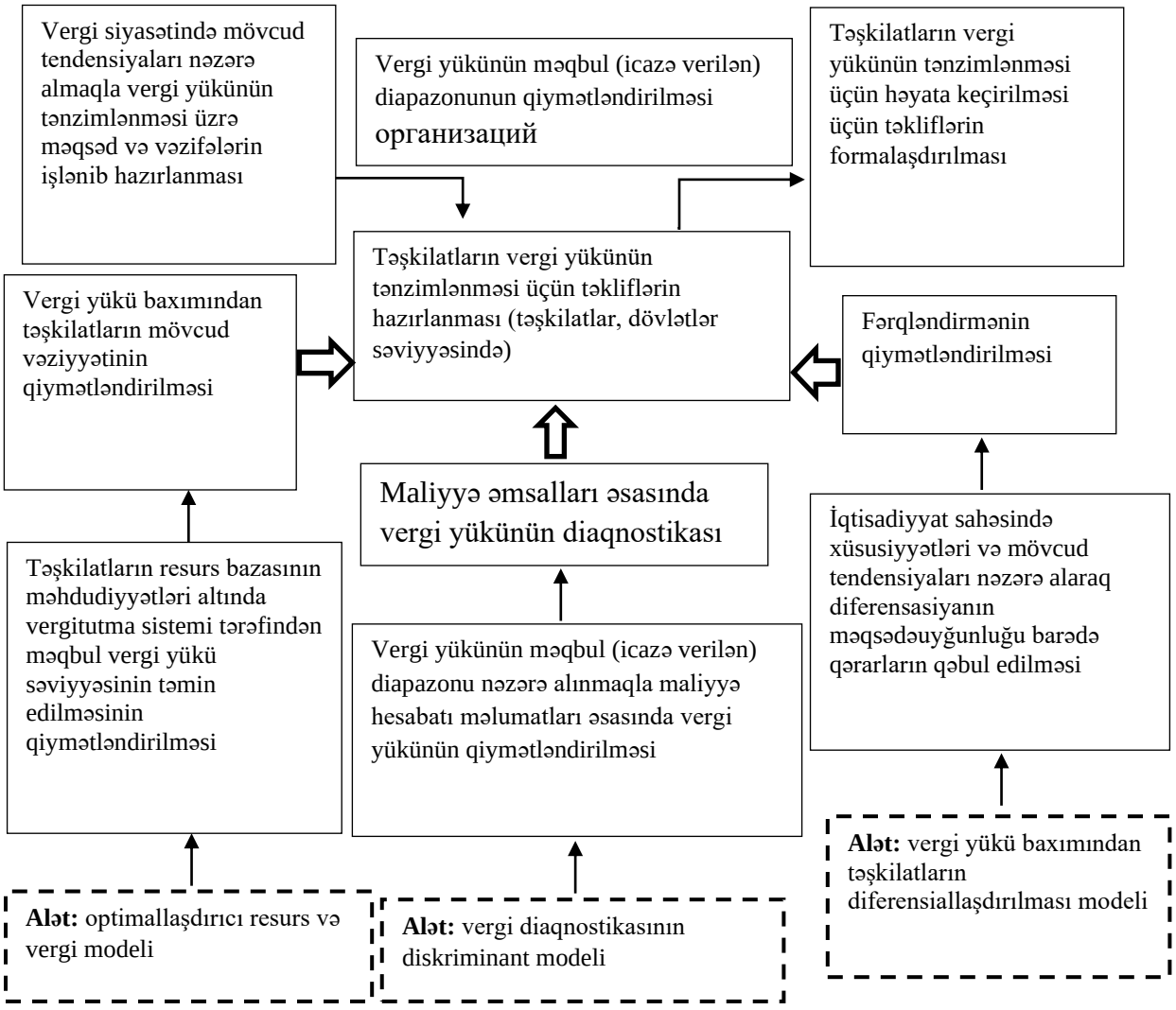
səviyyəsi ilə modelə uyğun olaraq vergi yükünün diapazonunda fərq varsa, təşkilatın işini vergi komponenti baxımından daha ətraflı öyrənmək məqsədəuyğundur.

Sxem 5. İqtisadi və riyazi alətlər əsasında təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi konsepsiyasının əsas elementi


Alət: əsas komponent təhlili, reqressiya təhlili
Metodoloji təminat (ümumiləşdirilmiş fəaliyyət göstəricisi ilə əlaqəsi əsasında təşkilatın vergi yükünün məqbul səviyyəsini müəyyən etmək üsulu)
Analitik təminat (metodika)
İnformasiya və proqram təminatı (nümunə götürmə, məlumatların emalı)
Təşkilatın vergi yükünün məqbul (icazə verilən) diapazonunun qiymətləndirilməsi

Mənbə: Malis N. I., 2019: pp. 37-42 əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Sxem 6. Təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi konsepsiyasının həyata keçirilməsi sxemi


Vergi siyasətində mövcud tendensiyaları nəzərə almaqla vergi yükünün tənzimlənməsi üzrə məqsəd və vəzifələrin işlənib hazırlanması
Vergi yükünün məqbul (icazə verilən) diapazonunun qiymətləndirilməsi организаций
Təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi üçün həyata keçirilməsi üçün təkliflərin formalaşdırılması
Vergi yükü baxımından təşkilatların mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi
Təşkilatların vergi yükünün tənzimlənməsi üçün təkliflərin hazırlanması (təşkilatlar, dövlətlər səviyyəsində)
Fərqləndirmənin qiymətləndirilməsi
Maliyyə əmsalları əsasında vergi yükünün diaqnostikası
Təşkilatların resurs bazasının məhdudiyyətləri altında vergitutma sistemi tərəfindən məqbul vergi yükü səviyyəsinin təmin edilməsinin qiymətləndirilməsi
Vergi yükünün məqbul (icazə verilən) diapazonu nəzərə alınmaqla maliyyə hesabatı məlumatları əsasında vergi yükünün qiymətləndirilməsi
İqtisadiyyat sahəsində xüsusiyyətləri və mövcud tendensiyaları nəzərə alaraq diferensasiyanın məqsədəuyğunluğu barədə qərarların qəbul edilməsi
Alət: optimallaşdırıcı resurs və vergi modeli
Alət: vergi diaqnostikasının diskriminant modeli
Alət: vergi yükü baxımından təşkilatların diferensiallaşdırılması modeli

Mənbə: Malis N. I., 2019: pp. 37-42 əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Nəticə

Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının inkişafı üçün mövcud iqtisadi şəraitdə vergi yükünün optimal ölçüsünün müəyyən edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Vergi yükünün optimal ölçüsü istənilən dövlətin mərkəzi makroiqtisadi problemidir. İstər ixtisaslaşmış, istərsə də jurnalist ədəbiyyatında belə bir fikirlə qarşılaşmaq olar ki, vergi yükünün səviyyəsi nə qədər aşağı olarsa, dövlət iqtisadiyyatı da bir o qədər sürətlə və dinamik inkişaf edir: vergilər nə qədər aşağı olarsa, iqtisadiyyat da bir o qədər yüksək olar. Vergilərin azaldılması iqtisadi artımı bir neçə yolla artıra bilər. Məsələn, marjinal dərəcələrin aşağı salınması insanları daha çox işləməyə sövq edə bilər ki, bu da öz növbəsində əmək təklifinin artmasına və əmək məhsuldarlığının artmasına səbəb olacaq. Bundan əlavə, aşağı vergilərdə əmanətlər artır və investisiya üçün stimul yaranır.

Vergilər təsərrüfat subyektlərinin istehsal fəaliyyətinin effektiv tənzimləyicisidir. Vergilər dolayısı ilə təşkilat rəhbərini xərcləri azaltmaqla və istehsalın səmərəliliyini artırmaqla mənfəət artımı yaratmağa yönəldir. Vergilər təşkilatların fəaliyyətinə mənfi və müsbət təsir göstərir, buna

görə də təşkilatların fəaliyyətinin vergi tənzimlənməsinin mühüm vəzifəsi vergilərin müsbət təsirini gücləndirmək və mənfi təsirini zəiflətməkdir. Hər bir təşkilatın büdcə qarşısında vergi öhdəliklərini minimuma endirmək üçün qanunla müəyyən edilmiş biznesin aparılması və təsərrüfat əməliyyatlarının uçotunun aparılması üsullarından istifadə etmək hüququ vardır. Vergi ödənişlərinin optimallaşdırılması sahibkarlıq fəaliyyətinin yüksəldilməsi üçün mühüm ehtiyatlardan biridir. Vergilərin optimallaşdırılmasının nəticəsi təşkilatın gələcək inkişafı və səmərəliliyinin artırılması üçün real imkanlarının artmasıdır. Buna görə də, vergi ödənişlərinin təşkilatın fəaliyyətinə təsirinin öyrənilməsi təşkilatların fəaliyyətinin vergi tənzimlənməsinin vacib şərtidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Memmedov F.E., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbiyev Y.A., Rzayev Z.H. “Vergiler ve vergitutma”. (derslik). Bakı, 2010, 49 s.
2. Grebeshkova I.A. «Klassifikatsiya ekonomiko-matematicheskix modeley otsenki nalogovoy nagruzki organizatsiy // Vishaya shkola ekonomiki i menejmenta, Uralsk. Federal.un-t – Yekaterinburg: Uralsk. Federal. universitet, 2018, p. 71-75
3. Kasyanova G.YU. «Uchet: Buxalterskiy i nalogovıy». - M.: Abak, 2018, 960 p.
4. Abanis E., Turyahebwa A., Arthur-Burani P. “Financial Management Practices In Small And 71 Medium Enterprises in Selected Districts In Western Uganda”, Research Journal of Finance and Accounting, 2013, Vol. 4, No. 2, pp. 29-42
5. Malis N. I. “Approach to the application of tax benefits should be weighted”.
6. Taxes and Finance, 2019, 2, 37-42
7. https://studme.org/102970/ekonomika/mehanizm_vliyaniya_nalogovyh_platezhey_finansovye_rezultaty_raboty_predpriyatiya
8. https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-nalogov-na-rezultaty-deyatelnosti-organizatsiy
9. https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-nagruzka-kommercheskoy-organizatsii-i-napravleniya-ee-optimizatsii

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКОЙ

Джамаладдин Зарбалиев[1], Нихат Халилов[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор философии по экономике, доцент, jamaladdinzarbaliyev@gmail.com
[2]Магистрант, nihat_xelilov_99@mail.ru

РЕЗЮМЕ

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Налоговые платежи влияют на конкурентоспособность продукции, отпускные цены и тарифы, издержки производства, объем продаж и, в конечном итоге, на финансовые результаты и чистую прибыль. Налоговая система также влияет на социальные процессы на микроуровне через эффективность деятельности коммерческой организации. Если система налогообложения позволяет коммерческой организации эффективно функционировать, у нее есть возможности для повышения заработной платы, что приводит не только к повышению материального положения ее работников, но и к увеличению отчислений по страховым взносам и НДФЛ.Определение уровня налогового бремени является достаточно важной задачей. Организация в ходе своей деятельности определяет для себя ряд показателей, которые считает наиболее оптимальными, с учетом особенностей своей деятельности и других факторов, и использует их для определения уровня налогового бремени. Организация изучает и не только фиксирует полученные данные за несколько периодов, но и решает для себя вопрос о необходимости проведения мероприятий по оптимизации налогов.

Экономический рост организаций невозможен без хорошо налаженной системы управления их денежными потоками, финансовыми ресурсами и возможными источниками их формирования. Налоги выступают в качестве одного из основных внешних ограничений финансовых ресурсов и рентабельности капитала хозяйствующих субъектов. Одной из основных проблем в практике оптимизации налогов является проблема характера и расчета налогового бремени, модели оптимизации которого имеют множество различных методов определения.

Статья посвящена анализу и оценке влияния налоговой системы на финансовое состояние организации. В исследовании изучалось влияние прямых и косвенных налоговых платежей на финансовые результаты организации, а также привлекались к анализу направления управления налоговой нагрузкой организации.

Ключевые слова: коммерческая организация, косвенные налоги, прямые налоги, налоговая нагрузка, налоговая оптимизация

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-269

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
284-295

ANALYSIS OF STRATEGIES CHOSEN BY START-UP COMPANIES WHEN ENTERING THE INTERNATIONAL MARKET

Jabrayil Valiyev[1], Omar Huseynli[2]
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economic,s
[1]Doctor of Philosophy in Economics
[2]Master student, omar.huseynli@afs.az

ABSTRACT

İnternational markets began to attract the attention of both the private and public sectors, especially after the Second World War. While the public sector conducted international market research in order to maintain the balance of payments and increase the gross national product, the private sector began to look for new markets to reduce costs and generate more income or to dissolve production surpluses. Developments in technology, law, communication, transport systems and information sector brought by globalization have removed the borders between countries and turned the whole world into a global market of goods, services and capital, facilitating the integration of business into international markets. Businesses that previously only offered goods and services to their customers in their local markets had to move their operations to other markets beyond their national borders in order to compete and survive. The concept of internationalization, which is very important today, has been defined in different ways. However, internationalization, in its most general definition, can be defined as the transfer of business activities across national borders. The methods and strategies that enterprises use to enter international markets, and what they focus on when determining their entry strategy, are issues that directly affect their success or failure.

Profitability and stability are the most important factors underlying startups' entry into international markets. Intensification of competition causes enterprises to internationalize in order to survive and continue to exist, as well as the motivation to earn more profit or grow. The rapid change in technology has turned the whole world into a global market, as a result of which people can see the lifestyles and consumption habits of people anywhere in the world and demand for themselves the products and services produced there. The goals of creating startups are to make a profit, fulfill social responsibility duties and ensure continuity. Startups increase their profits and ensure sustainability by entering international markets. In addition, Startups that ensure profitability and sustainability in their sector fulfill their social responsibility duties. Operating in international markets coincides with the goals of startups. Business success is measured by achieving its goals. In this regard, international markets are always profitable for startups.

Due to the influence of globalization, technological innovations quickly become obsolete, or an innovation created anywhere in the world can be quickly imitated. Therefore, one of the conditions for startup companies to gain a competitive advantage is to constantly offer new products and services to the market. In this, the share allocated to research and development should increase or at least be at a sufficient level. Startups that want to ensure and maintain a competitive advantage in national and international markets must choose the appropriate technology that can produce better quality products in a shorter time than their competitors. In addition to the importance of production technology, the intensity of research and development activities is also a factor influencing competitive power.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

In order to succeed in competitive, global world markets and globalized economies, a minimum level of quality assurance system must be developed based on competing enterprises and countries. To achieve this, traditional systems and ideas should be abandoned, and modern quality thinking and management should prevail in enterprises. Today, many countries in international markets require various quality certificates for goods and services that will enter their country.
In international marketing, the image of the country and the image of the company are very important for startups that want to open to foreign markets. Issues such as the attitude of countries to foreign capital, political stability, social peace, trade union movement are very important factors in terms of the country's image. On the other hand, depending on the country's image, the company's image can be an important opportunity or obstacle in opening to foreign markets. Again, issues such as environmental sensitivity, respect for human rights and social responsibility are also very important for the image of the company and the country.
Increasing competition in international markets puts pressure on start-up companies to lower prices. Startup companies that want to succeed in international markets must first of all create a very good balance between quality and price. In this regard, new cost and price calculation methods should be used.
The article is devoted to the analysis of the strategies of startup companies to enter international markets and the problems they face. In the study, the importance of startup companies' access to international markets in the development of startups was analyzed, the strategies of startup companies to access the international market were analyzed in the sample of startups from different countries, including the classification of the problems faced by startup companies during their access to the international market.
Keywords: startup, strategy, foreign market, competition, globalization.

STARTAP ŞİRKƏTLƏRİNİN BEYNƏLXALQ BAZARA ÇIXIŞI ZAMANI SEÇDİYİ STRATEGİYALARIN TƏHLİLİ

Cəbrayıl Vəliyev[1], Ömər Hüseynli[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
[2] Magistr tələbəsi, omar.huseynli@afs.az

XÜLASƏ

Startapların beynəlxalq bazarlara daxil olmaqlarının əsasını təşkil edən ən mühüm amillər mənfəət və sabitlikdir. Rəqabətin güclənməsi müəssisələri yaşamaq və mövcudluğunu davam etdirmək üçün beynəlmiləlləşməyə, eləcə də daha çox qazanc əldə etmək və ya böyümək motivasiyasına səbəb olur. Texnologiyalarının sürətli dəyişməsi bütün dünyanı qlobal bazara çevirdi, nəticədə insanlar dünyanın istənilən yerində insanların həyat tərzini və istehlak vərdişlərini görür və orada istehsal olunan məhsul və xidmətləri özləri üçün tələb edirlər. Startapların yaradılması məqsədləri mənfəət əldə etmək, sosial məsuliyyət vəzifələrini yerinə yetirmək və fasiləsizliyi təmin etməkdir. Startaplar beynəlxalq bazarlara çıxmaqla öz mənfəətlərini artırır və davamlılığı təmin edirlər. Bundan əlavə, öz sektorunda mənfəət və davamlılığı təmin edən Startaplar sosial məsuliyyət

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

vəzifələrini yerinə yetirirlər. Beynəlxalq bazarlarda fəaliyyət göstərmək startapların məqsədləri ilə üst-üstə düşür. Biznesin uğuru məqsədlərinə çatmaqla qiymətləndirilir. Bu baxımdan beynəlxalq bazarlar startaplar üçün həmişə sərfəli olur.
Məqalə startap şirkətlərinin beynəlxalq bazarlara çıxış strategiyaları və qarşılaşdıqları problemlərin təhlili məsələlərinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda startap şirkətlərinin beynəlxalq bazarlara çıxışının startapların inkişafında əhəmiyyəti təhlil edilmiş, startap şirkətlərinin beynəlxalq bazara çıxış strategiyalarının müxtəlif ölkə startapları nümunəsində təhlili aparılmış, o cümlədən startap şirkətlərinin beynəlxalq bazara çıxışı zamanı qarşılaşdıqları problemlərin klassifikasiyası təhlilə cəlb edilmişdir.
Açar sözlər: startap, strategiya, xarici bazar, rəqabət, qloballaşma.

Giriş

Beynəlxalq bazarlar, xüsusilə İkinci Dünya Müharibəsindən sonra həm özəl, həm də dövlət sektorunun diqqətini cəlb etməyə başladı. Dövlət sektoru tədiyyə balansını qorumaq və ümumi milli məhsulu artırmaq üçün beynəlxalq bazar araşdırmaları apararkən, özəl sektor xərcləri azaltmaq və daha çox gəlir əldə etmək və ya istehsal artıqlığını əritmək üçün yeni bazarlar axtarmağa başladı. Qloballaşmanın gətirdiyi texnologiya, hüquq, rabitə, nəqliyyat sistemləri və informasiya sektorunda baş verən inkişaflar ölkələr arasındakı sərhədləri aradan qaldıraraq bütün dünyanı qlobal mal, xidmət və kapital bazarına çevirmiş, biznesin beynəlxalq bazarlara inteqrasiyasını asanlaşdırmışdır. Əvvəllər yalnız yerli bazarlarında müştərilərinə mal və xidmətlər təklif edən müəssisələr rəqabət aparmaq və sağ qalmaq üçün əməliyyatlarını öz milli sərhədlərindən kənarda olan digər bazarlara köçürməli oldular. Bu gün çox vacib olan beynəlmiləlləşmə anlayışı müxtəlif yollarla müəyyən edilmişdir. Bununla belə, beynəlmiləlləşmə, ən ümumi tərifində, biznes fəaliyyətinin milli sərhədlərdən kənara köçürülməsi kimi ifadə edilə bilər. Müəssisələrin beynəlxalq bazarlara çıxacağı üsul və strategiyalar, giriş strategiyasını təyin edərkən nələrə diqqət etmələri onların uğur və ya uğursuzluğuna birbaşa təsir edən məsələlərdir.
Beynəlxalq bazarlara çıxmaq üçün strategiyanın seçilməsi mühüm məsələdir. Çünki biznesin xarici bazarlarda uğur və ya uğursuzluğuna təsir edən ən mühüm amillərdən biri giriş strategiyasının seçimidir. Beynəlxalqlaşma strategiyaları müxtəlif alternativlərdən ibarət ola bilər. Müəssisələr özlərinə uyğun olan bir və ya bir neçə alternativ strategiya seçə bilərlər. Startapların beynəlxalq bazarlara daxil olma prosesində izləyə biləcəyi strategiyalar aşağıdakılardır (Baldemir E., Metin İ. 2011: s.87);

- İxraca əsaslanan strategiyalar (Birbaşa və dolayı ixrac),
- Müqavilə əsaslı strategiyalar (lisenziyalaşdırma, françayzinq, idarəetmə müqaviləsi, müqaviləli istehsal, montaj əməliyyatları, açar təslim layihələr),
- İnvestisiyaya əsaslanan strategiyalar (scratch investisiya, birgə müəssisə, beynəlxalq satınalmalar və birləşmələr, birbaşa və dolayı investisiyalar).

Daxil olmaq niyyətində olduğu bazar şərtlərini nəzərə alaraq startaplar bu cür mənbələrə uyğun olanlardan birini və ya bir neçəsini seçə bilər. Beynəlmiləlləşmə strategiyasının müəyyən edilməsində bir çox amillər nəzərə alınmalıdır. Beynəlxalq təcrübə, nəzarət və resurs asılılığı, rəqabətli struktur və gəlirlilik bu amillərdəndir. Strategiya seçərkən hər bir strategiyanın müxtəlif səviyyələrdə risk, nəzarət, maraq və öhdəlik ehtiva etdiyini bilmək və ən uyğununu seçmək lazımdır.

Məqsəd

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Məqalənin məqsədi startap şirkətlərinin beynəlxalq bazarlara çıxışı problemlərinin tətbiqi aspektlərinin işlənib hazırlanması və idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması, iqtisadi və sosial inkişafda onların rolunun öyrənilməsidir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Dünya bazarlarında qloballaşma bütün iqtisadiyyatlara təsir edir və onların dəyişikliklərə uyğunlaşmaq qabiliyyəti iqtisadiyyatların uğur meyarlarından biridir. Dünya iqtisadiyyatında, xüsusən də xarici ticarət sahəsində baş verən hadisələr ölkələrin iqtisadiyyatları üçün təsirli olur və birbaşa olaraq xarici ticarətlə məşğul olan startapları narahat edir. Bir ölkədə xarici ticarət həcminin artması ilə valyuta daxilolmalarının artması, investisiyaların sürətlənməsi, məşğulluğun artması və ölkə iqtisadiyyatının böyüməsi kimi makroiqtisadi dinamikalar hərəkətə keçir.

Metodlar

Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Təhlildə empirik tədqiqat metodlarından da istifadə edilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və Startap şirkətlərinin beynəlxalq bazara çıxışının potensial imkanlarını müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Startaplar beyəlxalq bazarlara daxil olmağa qərar verdikdə, onlar üçün ən uyğun strategiyanı seçməlidirlər. Strategiya olaraq, ən aşağı riskli ixracdan birbaşa investisiyaya qədər müxtəlif üsullardan birini seçə bilərlər. Bu üsullardan ən çox istifadə edilən ixracdır. Bu üsul beyəlxalq bazarlara daxil olmağın ilkin mərhələsində olan startaplar üçün daha az riskli və daha az xərclidir. Giriləcək bazar haqqında məlumat məhdud və risk az olduğu üçün üstünlük verilən üsuldur. Ancaq bu üsulla əldə ediləcək qazanc azdır.

İxrac dolayı ixraca (vasitəçi firma məhsulları bazara çıxarır) və birbaşa ixraca (bütün fəaliyyətlər və resurslar firmanın özü tərəfindən həyata keçirilir) bölünür.

Beynəlxalq bazarlara çıxmaq istəyən startapların seçə biləcəyi başqa bir strategiya müqavilə əsaslı strategiyalardır. Bu strategiyalar giriləcək bazarda olan müəssisələrlə uzun müddətli razılaşmalarla ortaya çıxır. Müqavilə əsaslı strategiyaların ixraca əsaslanan strategiyalardan fərqi ondan ibarətdir ki, onlar bilik və bacarıqların ötürülməsini təmin edən və startapa beynəlxalq marketinq fəaliyyətləri üzərində daha çox nəzarəti təmin edən əsas alətlərdir.

Lisenziya müqavilələri bir şirkətin istehsal, əmtəə nişanı, patent, texniki məlumat, ad və ya digər hüququnun ödəniş və ya pay qarşılığında başqa bir şirkətə verilməsidir (Dincher O. 2013: s.121). Françayzinq isə fəaliyyət göstərdiyi sektorda uğur qazanan, tanınmış və tanınmış şirkətlərin müəyyən bir ödəniş və ya pay müqabilində adı, iş strukturu, marketinq və idarəetmə üsullarından istifadə hüququnun başqa şirkətə verilməsidir. Müqavilə əsasında istehsal beynəlxalq bazara açılmaq istəyən startapın, girmək istədiyi bazarda öz keyfiyyət standartlarında istehsal etmək üçün kifayət qədər iqtisadi və insan resurslarına malik yerli şirkətə müqavilə ilə istehsal icazəsi verməsi faktıdır. İdarəetmə müqavilələri idarəetmə xidməti təşkilatlarının müəyyən bir ödəniş və ya pay müqabilində xarici bazarlarda şirkətə müəyyən vaxtda idarəetmə, texniki dəstək və ixtisaslaşdırılmış xidmətlər göstərdiyi müqavilədir. Montaj əməliyyatları startapların öz ölkələrində istehsal etdiyi məhsulların bir hissəsinin və ya hamısının yalnız montajın aparıldığı başqa bir ölkədə istehsalıdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Beynəlxalq bazarlara çıxmağın başqa bir üsulu olan investisiya əsaslı strategiyalarda bütün məsuliyyət və xərc investor startapın öz üzərinə düşdüyü üçün resurslardan istifadənin və riskin ən yüksək olduğu üsuldur. Startaplar öz xərclərini nəzərə almaq və rəqabət aparmaq üçün uyğun resursların, bol amil girişlərinin və ucuz işçi qüvvəsinin olduğu xarici bazarlarda öz istehsal müəssisələrini qurmaq istəyirlər. Girmək istədikləri bazara tam nəzarət etmək istədikləri və strateji fəaliyyətlərini və texnologiyalarını paylaşmaq istəmədikləri üçün bu üsulu seçirlər. Birgə müəssisə isə çoxmillətli biznesin və yerli biznesin məqsəd və vəzifələrini həyata keçirmək üçün əsas şirkətdən ayrı-ayrı fəaliyyət sahələri, öhdəlikləri və maliyyə risklərinə malik olan müqavilə ilə qurulan üçüncü biznesdir. Bu üstünlük təmin edir, çünki yerli firmanın bazar biliklərindən istifadə edilir və bazara daxil olmaq üçün siyasi, iqtisadi və hüquqi maneələr yerli firma tərəfindən dəf edilir. İxtisaslı işçi qüvvəsi, məlumat, xammal, maliyyə qaynaqları və qabaqcıl texnologiya kimi müxtəlif resurslardan istifadə etməklə rəqabət üstünlüyündən yararlanmaq üçün üstünlük verilən bir üsuldur.

Beynəlxalq satınalmalar və birləşmələr, startapların rəqabətli bazara sürətlə daxil olmaq üçün mövcud yerli şirkət və ya obyekti satın almasıdır. Yerli firmanın bazar məlumatları, avadanlıq və müştərilər kimi hazır resurslardan faydalanarkən öz resurslarını və texnologiyalarını başqaları ilə paylaşmaması sərfəlidir. Dezavantajları yüksək investisiya məbləği tələb etməsi və buna görə də riskin yüksək olması və bazar haqqında kifayət qədər məlumatın olmaması halında yarana biləcək uyğunlaşma və inteqrasiya problemləridir (Kaya F. 2013: s.221). Birləşmə, iki müəssisənin bütün resurslarını birləşdirərək qurduğu yeni bir işdir. Startapların bütün aktivləri, hüquqları və idarəetməsi yeni yaradılmış müəssisəyə keçir. Beynəlmiləlləşmə firmanın fəaliyyətinin milli sərhədləri aşaraq. Biznes başqa bir ölkə ilə ticarət etmək və ya investisiya etmək qərarına gəldikdə, özü üçün ən yaxşı strategiyaya qərar verməlidir.

Xarici bazarlara çıxmaq barədə qərar qəbul etmək üçün startapların spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Makro göstəricilərdən startapın spesifik xüsusiyyətlərinə keçərək, bu yaxınlarda beynəlxalq bazara çıxan Rusiya mənşəli İT startap şirkətini nəzərdən keçirmək olar. Bu ICL Services dünyanın 26 ölkəsindən böyük müştərilərlə işləyən İT biznes həlləri üzrə ixtisaslaşmış Kazan şirkətidir. Şirkətin həlləri bütövlükdə müştəri şirkətlərin biznes proseslərinin idarə edilməsinin səmərəliliyini artırmağa və yeni biznes fəaliyyətinin (şəbəkə infrastrukturu, proqram təminatının hazırlanması və s.) inkişafına sərf olunan vaxtın azaldılmasından iqtisadi effekt əldə etməyə imkan verir. İlkin olaraq şirkət məhsullarını birbaşa xaricə sataraq beynəlxalq bazara çıxdı. 2016-cı ildə şirkət Serbiyada ofis açdı. Bu şirkətin rəqabət üstünlüyü biznes proseslərini optimallaşdıran məhsullar yaratmaq bacarıqlarına malik olmasıdır. Şirkətə xarici bazarlarda inkişaf etməyə imkan verən məhsula dəyər əlavə edən bu bacarıqlardır. 2015-ci ildə onun gəlirləri təxminən 800 milyard rubl təşkil etmişdir (Akın H. 2019: s.244). Cozef Şumpeter inkişaf nəzəriyyəsində innovasiyanın vacibliyini qeyd edən ilk iqtisadçılardan biridir. ICL Services öz işində bu prinsipə əməl edir. Bu startapın başqa bir üstünlüyü biznesin asan miqyaslı olmasıdır, çünki o, fəaliyyətini genişləndirərkən istehsal imkanlarının əhəmiyyətli dərəcədə artırılmasını tələb etmir. Məsələn, avtomobil sənayesindən fərqli olaraq zavodların tikintisi üçün heç bir xərc yoxdur. Məhsullarını xarici bazara ixrac edərkən, ICL Services ciddi xərclərlə üzləşmədən onları sınaqdan keçirmək imkanı əldə etdi. Belə yanaşma Terpstra və Yu tərəfindən təklif edilmişdir. Rəqabət üstünlüyü, şirkətin beynəlxalq səviyyədə qurulmasına da imkan verdi. Bu şirkəti çətin ki, bu bazarda pioner adlandırmaq olar, çünki oxşar məhsullar İT xidmətləri bazarında təqdim olunub. Bu, şirkətə beynəlxalq bazarda məhsula olan tələbat haqqında məlumat verdi. Xarici bazarda vəziyyəti yaxından izləmək üçün və ilkin təcrübə əldə etdikdən sonra

Dunning modelinə uyğun olaraq şirkət satış nöqtələrinə yaxın ofis açdı ki, bu da müştərilər arasında ünsiyyəti sadələşdirməklə Porter modelinə əlavə dəyər verir. Bundan əlavə, bu şirkətin girişi rəqabət üstünlükləri olan şirkətlərin beynəlxalq bazara girməyə meylli olduğunu iddia edən Deng Huan Carraher Duanın tapıntılarına uyğundur. Nəhayət tərəfindən təsdiq edildiyi kimi, ICL Services öz həyat dövrünün nisbətən erkən mərhələsində texnoloji bacarıq və biliklərə görə xarici bazarlara daxil olmuşdur. Onlara uyğun olaraq ICL Service şirkəti Hard servis şirkətinə aiddir, çünki məhsulların istehlakı onların istehsalından ayrıla bilər. Nəzərdən keçirilən təşkilat ilk növbədə strategiya olaraq beynəlxalq bazara çıxmaq üçün əhəmiyyətli miqdarda resurs yatırmadan yeni müştərilər axtarır, sonra isə müştərilərə malik olmaqla, biznesin inkişafına böyük sərmayə qoyur. İlkin təcrübəsi olmayan şirkət xaricdə öz ofisini açmadı, lakin beynəlxalq bazarda lazımi təcrübə və biliyə malik olmadığından fəaliyyətini xidmətlərinin ixracı ilə məhdudlaşdırdı.

Xarici bazara çıxan Rusiya startap şirkətinin digər nümunəsi isə iki elmi institutun birləşməsi nəticəsində yaranan Antraks idi. Hazırda şirkətin əsas fəaliyyəti enerji üçün intellektual sistemlərin hazırlanması və istehsalıdır. Bu sistemlər idarəetmə və avtomatlaşdırma üçün nəzərdə tutulub. Şirkət elektrik avadanlığının hazırlanmasından tutmuş quraşdırılmasına və ona texniki xidmət göstərilməsinə qədər tam dövriyyə prinsipi əsasında fəaliyyət göstərir. Əsas məhsullar bunlardır, elektrik təchizatı şəbəkələrinə nəzarət və ölçü cihazları, buzlanma, zədələnmə və qısaqapanma göstəriciləri ilə elektrik xətlərinin monitorinqi üçün kompleks. Şirkət xarici bazara 2014-cü ildə çıxıb. Onun direktoru Andrey Kuçeryavenkovun qeyd etdiyi kimi, bunun əsas səbəbi dolların bahalaşması, şirkətin məhsullarını beynəlxalq bazarda rəqabətədavamlı hala gətirməsi, eləcə də potensial tərəfdaşların marağı olub. Bu şirkət İsveçrədən idi. Antraks-ın qarşılaşdığı ilk şey avropalı tərəfdaşları tərəfindən inamsızlıq və xarici problem istehsal olunan məhsulların keyfiyyətinə inamsızlıq idi. Bunu isveçrəli mütəxəssislərin istehsalın necə təşkil olunduğunu özləri görmək üçün Rusiyaya səfəri də təsdiqlədi. Növbəti problem, beynəlxalq standartlara uyğunsuzluq idi. Tərəfdaşlar əvvəlki müştəri rəyləri və ya satılan məhsulların həcmi ilə o qədər də maraqlanmırdılar. Bahalı sertifikatlaşdırmadan keçərək, İsveçrə sertifikatı bütün dünyada qəbul edildiyi üçün şirkət digər ölkələrin tədarükçüləri ilə müqavilələr bağlamağı bacardı. Hazırda şirkət 28 ölkədən olan müştərilərlə işləyir ki, onların da əksəriyyəti uzaq xarici ölkələrdir. İlkin olaraq İsveçrə şirkəti ilə tərəfdaşlıq diler müqaviləsi əsasında bağlanıb və bu müqavilədə İsveçrə şirkəti eksklüziv distribyutor kimi çıxış edib. Bu qərar belə əməliyyatların bağlanmasında təcrübənin olmaması ilə diktə edilib. Əslində, Antraks öz məhsullarını xaricə satmaq hüququndan imtina etdi, bu da təbii olaraq mənfəətin azalmasına səbəb oldu. Sonradan müqavilənin çərçivəsinə yenidən baxıldı. İsveçrə şirkətləri ilə əməkdaşlıq edən Antraks texniki sənədlərin yaradılmasında mühüm bacarıqlara, habelə beynəlxalq biznesdə təcrübəyə yiyələnib.

Şaquli inteqrasiya strategiyasi məsələsi ABŞ bazarında öyrənilib və tədqiqatın nəticələri göstərdiyi kimi inteqrasiyanı Antraks kimi texniki cəhətdən ən mürəkkəb məhsullar istehsal edən startap şirkətləri xarici bazarlara daxil olarkən bu strategiyanı seçirlər. Bu startapların bu strategiyani seçməklərinin səbələri isə, daha az resursu olan və ya siyasi və ya investisiya riskləri olan bazara girən oxşar startaplar üçün az miqdarda vəsaitlə, məsələn, lisenziyalaşdırma yolu ilə bazara daxil olmağın yollarını seçirlər. Xarici qarşı tərəfin seçilməsinin üstünlüyü filialın açılması üçün əhəmiyyətli xərclərin olmaması, həmçinin bürokratik çətinliklərin olmaması olacaq.

Beynəlxalq bazara çıxışın başqa bir nümunəsi Alman şirkəti Allianzdır. Bundan sonra Fransa və Böyük Britaniya kimi Avropa ölkələrində filiallarını açıb. Allianz dünyanın ən böyük beş sığorta şirkətinə daxil oldu. İlkin olaraq şirkətin xaricdəki fəaliyyəti aşağıdakı müştərilərin forması kimi həyata keçirilirdi (Blank S. 2020: p.68);

- Müştərilərinin xarici filiallarına daxili bazarda xidmət göstərmək məqsədilə xarici bazarlara çıxış
- Şirkətin filiallarının açılması yolu ilə genişləndirilməsi həyata keçirilmişdir.

Bu qərar davranış aspektlərinə uyğundur, çünki şirkət artıq beynəlxalq bazarda təcrübəyə malik idi ki, bu da xidmətlər bazarı ilə bağlı qeyri-müəyyənliyi azaltdı və nəticədə resursların daha əhəmiyyətli cəlb edilməsinə səbəb oldu. Daha sonra şirkət öz biznesinin diversifikasiyasına əl atdı. Allianz-ın strateji planında tərtib edildiyi kimi, yalnız bir bazardan asılı olmaq çox təhlükəlidir. Bu yanaşmaya sadiqlik yalnız bir bazarda fəaliyyət göstərən şirkətlər üzərində rəqabət üstünlüyü yaratmaq üçün əsas oldu. Allianz həmçinin beynəlxalq sığorta şirkəti olan və İtaliya, İspaniya və Avstriyada fəaliyyət göstərən RAS-da 51,5% pay almaqla İtaliya bazarında satınalmalara əl atdı. Qəbul edildikdən sonra Allianz adi fəaliyyətə qarışmamaq strategiyasına sadiq qalaraq yalnız iki əməkdaşını RAS-a göndərdi. Bu satınalmanın uğurunun səbəbi nə ola bilər, çünki Chrysler-in Daimler tərəfindən ələ keçirilməsində bir çox top menecerin getməsinə səbəb olan yeni sifarişlərin tətbiqi idi. Digər tərəfdən, ələ keçirilməsinin uğuru yəqin ki, iki ölkənin mədəniyyətlərinin oxşarlığı ilə bağlı olub. Artıq qeyd edildiyi kimi, beynəlxalq genişlənmənin təbiətinin firmanın fəaliyyətinə təsir etdiyinə dair güclü sübutlar var. Şirkətlər dünya bazarlarına çıxış potensialını reallaşdırmaq üçün xarici əməliyyatları idarə etməyi və biznes mühitinə uyğunlaşmağı öyrənməlidirlər. Sürət, ölçü və genişlənmə nizamı balansı olan startap şirkətlər xarici bazara daxil olmaqdan daha çox qazanc əldə edirlər. Ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, Allianz-ın aşağı qiymətə deyil, yüksək keyfiyyətli məhsul innovasiyası xidmətləri və yüksək səviyyəli xidmət standartları təklifinə əsaslanan ümumi yanaşması rəqabət üstünlükləri əldə etmək üçün əsas sahələr olub və stratgeiyanı seçib.

Rəqabətli, qlobal dünya bazarlarında və qloballaşan iqtisadiyyatlarda uğur qazanmaq üçün rəqabət aparan müəssisələr və ölkələr əsasında keyfiyyət təminatı sisteminin minimum səviyyəsi hazırlanmalıdır. Buna nail olmaq üçün ənənəvi sistem və ideyalardan imtina edilməli, müəssisələrdə müasir keyfiyyət düşüncəsi və idarəçiliyi üstünlük təşkil etməlidir. Bu gün beynəlxalq bazarlarda bir çox ölkələr öz ölkələrinə daxil olacaq mal və xidmətlər üçün müxtəlif keyfiyyət sertifikatları tələb edirlər (Kozlu C. 2011: s.94).

Xarici bazarlara açılacaq startap şirkətlər ixtisaslı bilik və bacarıqlara malik kadrların qeyri-kafi olması səbəbindən lazımi performansı göstərə bilmirlər. Xüsusən də xarici bazarlara açılmalı olan startaplara xarici bazarlara açılmaqda bilikli, təcrübəli və səlis kadrlara ehtiyac var. Avtomobil təchizatı sənayesində fəaliyyət göstərən startapların əksəriyyətinin təlim keçmiş kadr problemləri var. Dil problemi məhsullarını beynəlxalq bazarlara çıxaran startaplar üçün ümumi problemdir. Dil problemi bazarına girişdə yaranan problemlər brendinq, qablaşdırma, məhsulun istifadəsi və ya quraşdırılması üçün təlimatlar, zəmanət məlumatları, paylama kanallarının üzvləri ilə əlaqələr və promosyonlardır. İxrac və marketinq sahəsində təcrübəli, xarici dilləri bilən ixtisaslı kadrların işə götürülməsi ilə bu problem aradan qaldırıla bilər. Müasir qlobal rəqabət mühitində dil probleminə hər sahədə rast gəlinir. Avtomobil yan sənayesində istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan startaplar son illərdə təlim keçmiş işçi qüvvəsinin istifadəsinə böyük əhəmiyyət verirlər. Məşğulluqda peşə məktəblərinin təhsil sahələrindən olan torna, hamarlama, freze və mühərrik şöbələri ilə yanaşı, universitetlərin maşınqayırma fakültəsini bitirmiş məzunların da böyük faydası var. Digər tərəfdən, şagird hazırlığı layihəsi həm istehsal, həm də təmir bazarlarında sektora əhəmiyyətli töhfələr verir. Bununla belə, kiçik startaplar şirkətlərinin təhsili olmayan və gənc yaşda məşğulluğu mühüm problemdir.

Hökumət təcrübələri və idxal kvotaları qeyri-sabit siyasi mühitdə beynəlxalq bazarlara çıxmaq üçün maneə ola bilər. Üçüncü dünya və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hökumətlər tez-tez dəyişir. Məhsullarını qeyri-sabit ölkələrdə bazara çıxaran startaplar ümumiyyətlə bu bazarlara strateji əməkdaşlıq və ya birbaşa ixrac yolu ilə daxil ola bilərlər. Digər tərəfdən, ölkələr çətin standartlar, qablaşdırma və etiketləmə şərtləri, sağlamlıq yoxlamaları, uzun və mürəkkəb rəsmiyyətlər və oxşar inzibati təcrübələrlə idxalı çətinləşdirir (İsmailoglu H. 2012: s.172). Məsələn, Yaponiya rəsmi maneələr əvəzinə xarici şirkətlər üçün çətin olan bazar şərtləri ilə idxalını uzun illər aşağı səviyyədə saxlaya bilmişdir.

Qloballaşmanın təsiri ilə texnoloji yeniliklər tez köhnəlir və ya dünyanın istənilən yerində yaranan bir yenilik tez təqlid edilə bilir. Bu səbəbdən startaplar şirkətlərinin rəqabət üstünlüyü əldə etməsinin şərtlərindən biri də bazara daim yeni məhsul və xidmətlər təklif etməkdir. Bunda araşdırma və inkişaf etdirmə işlərinə ayrılan pay artmalı və ya heç olmasa kafi səviyyədə olmalıdır. Milli və beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüyü təmin etmək və bu üstünlükləri qoruyub saxlamaq istəyən startaplar, rəqibləri ilə müqayisədə daha qısa müddətdə daha keyfiyyətli məhsul istehsal edə biləcək uyğun texnologiyanı seçməlidirlər. İstehsal texnologiyasının əhəmiyyəti ilə yanaşı, araşdırma və inkişaf etdirmə fəaliyyətlərinin intensivliyi də rəqabət gücünü təsirli edən amildir.

Rəqabətli, qlobal dünya bazarlarında və qloballaşan iqtisadiyyatlarda uğur qazanmaq üçün rəqabət aparan müəssisələr və ölkələr əsasında keyfiyyət təminatı sisteminin minimum səviyyəsi hazırlanmalıdır. Buna nail olmaq üçün ənənəvi sistem və ideyalardan imtina edilməli, müəssisələrdə müasir keyfiyyət düşüncəsi və idarəçiliyi üstünlük təşkil etməlidir. Bu gün beynəlxalq bazarlarda bir çox ölkələr öz ölkələrinə daxil olacaq mal və xidmətlər üçün müxtəlif keyfiyyət sertifikatları tələb edirlər.

Standartlaşdırma bəzi məhsulların ayrılması zamanı istifadə olunan və istehsal olunan məhsulların uyğun olması lazım olan hədlərin və dərəcələrin müəyyən edilməsidir (Dess G.G, Miller A. 2015: p.97). Standart məhsulların keyfiyyətini, keyfiyyətlərini və xüsusiyyətlərini müəyyən edən təriflərin siyahısıdır. Məhsulların standartlaşdırılması ilə müəyyən standarta uyğun nümunəvi və birlik təmin edilir. Operator öz mallarına xas standartları müəyyən edə bilər, həmçinin fəaliyyət göstərdiyi sənaye tərəfindən müəyyən edilmiş milli və beynəlxalq standartlara əməl edə bilər. Standartlara çəki, ölçü, davamlılıq, yetkinlik, kimyəvi tərkib və s. ola bilər.

Mədəni fərqlər beynəlxalq bazarlar üçün xüsusilə vacibdir. Çünki mədəniyyət bütün dünyada regiondan regiona dəyişir və beynəlxalq marketinqin uğuruna təsir edir. Ölkələrin mədəni fərqləri bazara çıxarılan mal və xidmətlərə və marketinq üsullarına təsir göstərir. Bu səbəbdən hər bir ölkənin adət-ənənələri, rəftarları, vərdişləri və davranışları, əhalinin inkişafı və bölgüsü, dini, dili, irqi, sosial təbəqələri, ailə sistemləri, sosial dəyərləri və normaları beynəlxalq aləmdə xüsusilə nəzərə alınmalıdır.

Beynəlxalq marketinqdə ölkə imici və şirkət imici xarici bazarlara açılmaq istəyən startaplar üçün çox önəmlidir. Ölkələrin xarici kapitala münasibəti, siyasi sabitlik, ictimai sülh, həmkarlar ittifaqı hərəkatı kimi məsələlər ölkə imici baxımından çox mühüm amillərdir. Digər tərəfdən, ölkənin imicindən asılı olaraq, şirkətin imici xarici bazarlara açılmaqda mühüm fürsət və ya maneə ola bilər. Yenə də ətraf mühitə həssaslıq, insan hüquqlarına hörmət və sosial məsuliyyət kimi məsələlər də şirkətin və ölkənin imici üçün çox önəmlidir.

Beynəlxalq bazarlarda artan rəqabət startap şirkətlərinə qiymətləri aşağı salmaq üçün təzyiqlər yaradır. Beynəlxalq bazarlarda uğur qazanmaq istəyən startap şirkətləri ilk növbədə keyfiyyət-

qiymət arasında çox yaxşı balans yaratmalıdırlar. Bu baxımdan istifadə edilən yeni xərc və qiymət hesablama üsullarından istifadə edilməlidir.

Bir çox ölkələrə malların daşınması çoxlu xərc və vaxt tələb edir. Bu, xərcləri daha da artırır. Bu səbəbdən xarici marketinq layihəsinin başlanğıcında nəqliyyat imkanlarını və xərclərini araşdırmalı və onları rəqibləri ilə müqayisə etməlidirlər.

Xarici bazara daxil olması planlaşdırılan rəqiblər çox güclü və qətiyyətli olsalar, həmin məhsulun həmin bazarda sərfəli satılmasına mane ola bilərlər. Bu səbəbdən rəqabət şərtlərini ətraflı şəkildə araşdırmaq lazımdır. Rəqiblərin uğur səbəblərini araşdırmaq həm bazara giriş imkanlarına, həm də giriş strategiyalarına işıq salacaq. Müvəffəqiyyət nümunəsi olaraq, yalnız ən böyük təşkilatları yox, həm də kiçik bazar seqmentlərindən gəlirli şəkildə istifadə edə bilən kiçik firmaları nəzərdən keçirmək lazımdır. Ümumiyyətlə, müvəffəqiyyətin səbəbləri arasında aşağıdakı şərtlərdən bəzilərini tapmaq olar. Üstün məhsul və/və ya xidmət keyfiyyəti, qiymət üstünlüyü, xərc üstünlüyü, istehsalın yerinin və daşınma məsafəsinin üstünlükləri, satış və paylamada üstünlük yeni bir şirkətin müvafiq bazara girməsinə mane ola bilər.

Startapın beynəlxalq bazara çıxması prosesində yaranan başqa problemləri aşağıdakı kimi müəyyən etmək olar (Kalfaoglu S, Beduk A. 2015: s.31):

- Açılış səhifəsinin və məhsulun özünün lokallaşdırılması. Ölkənin mentalitetinin xüsusiyyətləri potensial satışlara əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu, təkcə dil biliyi deyil, ölkəni yaxşı başa düşmək lazımdır. Məsələn, Latın Amerikasında yalnız yerli 93 biznesi dəstəkləmək adətdir, buna görə də saytda məhsulun mənşəyini göstərmək tövsiyə edilmir satışların sayı əhəmiyyətli dərəcədə azalacaq. Yaxud İspaniyada ölkədə ispanların şəxsi məlumatlarının saxlanmasına dair qanun var bu bazara daxil olan startaplar, bütün məlumatları ispan serverlərinə ötürməli olacaq. Qeyd etmək olar ki, bir çox xarici ölkələrdə detala diqqət, müvafiq olaraq, məhsulun mürəkkəbliyi əhəmiyyətli dərəcədə yüksəkdir. Bir çox ölkələrdə sahibkarlıq mədəniyyəti daha yüksəkdir, ona görə də bazar iştirakçıları onun qaydalarını bilirlər və ona uyğun işləyirlər. Məsələn, Türkiyədə nümayəndə bazarın xüsusiyyətləri ilə bağlı bütün məlumatlara sahib olmalıdır: nə tələb olunur, nələr yoxdur. Bu ölkədə türk nümayəndələrinin ayda bir dəfə ödəniş etməsi narahat olduğu üçün uzun müddətə müqavilə imzalamaq adətdir. Çində rabitə və internet qanunu bu sahəyə çox ciddi nəzarət edir və qanun çərçivəsində qalmaq üçün böyük yerli tərəfdaşlar tələb olunur. Bazarın böyük potensialına baxmayaraq, rabitə və internetin yaxınlığı bu sahədə qəbul edilmiş beynəlxalq standartlara cavab vermir. Asiyada uğurlu biznes yaratmaq üçün güclü əlaqələr qurmaq və seçilmiş ölkənin sakinlərinin psixologiyasını yaxşı başa düşmək lazımdır. Əksər asiyalılarla, xüsusən də çinlilərlə danışıqlar aparmaq çox çətindir, çünki onlar təkcə rəqəmlərə deyil, həm də uzun müddət qurulmalı olan şəxsi münasibətlərə böyük diqqət yetirirlər.
- Bazarın ölçüsü ilkin olaraq müəyyən ediləndən əhəmiyyətli dərəcədə kiçik ola bilər. Potensial bazarın həcmini düzgün proqnozlaşdırmaq və alınan məlumatları daim yoxlamaq lazımdır. Dəqiq hesablamalar olmayan proqnozlar faydasızdır, çünki başqa ölkədə reklam kampaniyasının başlanmasına hazırlaşmağa kömək etməyəcəkdir. Bundan əlavə, dolların məzənnəsindəki son dalğalanmalar əhəmiyyətli olub, ona görə də Qərb bazarlarında müştərilərin cəlb edilməsinin dəyəri dəyişə bilər. Afrikada Cənubi Afrika və bir neçə başqa ölkələr istisna olmaqla, regionların iqtisadi cəhətdən zəif inkişaf etdiyini nəzərə almaq lazımdır. Afrika ölkələri hələ körpəlik mərhələsindədir, iqtisadiyyat qeyri-sabitdir, siyasi qeyri-sabitlik və hərbi münaqişələrdə dəyişiklik riski yüksəkdir. Ona görə də Afrika ölkələrinin bazarına daxil olmasının böyük perspektivi yoxdur.

- Potensial müştərilərə Rusiya məhsulunun Qərb analoqlarından geri qalmadığını sübut etmək çətindir. Bu yaxınlarda Rusiya bazarında peyda olan innovativ məhsulların əksəriyyəti artıq Avropa və ABŞ-da belə deyil və bəzən köhnəlmiş hesab olunur. Rus məhsullarının rəqabət üstünlüyü verən öz xüsusiyyətləri ola bilər, lakin bu kifayət deyil. İnkişaf etmiş bazarlarda rəqabətdən bir qədər üstün olmaq kifayət deyil. Oxşar məhsullarla doymuş bazara uğurla daxil olmaq üçün əhəmiyyətli rəqabət üstünlüklərini inkişaf etdirmək lazımdır. Bu vəziyyətin əsas səbəbi müasir rus marketinqinin Qərbdən daha aşağı olmasıdır. Burada uyğunlaşdırılmış Rusiya marketinq siyasəti ilə ABŞ və ya Avropada potensial müştəriləri və alıcıları cəlb etmək çətindir. Menecment və marketinq sahəsində yerli mütəxəssislərin Rusiyada bir məhsulu minimum xərclə və ən qısa müddətdə tanıtmaq üçün geniş biliyə malik olmasına baxmayaraq, Qərb bazarına uyğunlaşmaq üçün əhəmiyyətli maliyyə və vaxt resurslarına sahib olmaq lazımdır. Məsələn, Rusiyada əsas diqqət məhsulun keyfiyyətinə verilir, Avropa və ABŞ-da isə qablaşdırma çox vaxt potensial istehlakçılar üçün heç də az əhəmiyyət kəsb etmir. Pilot tətbiqlər Avropa və ABŞ-da geniş yayılmışdır, lakin Rusiyada bu tətbiq edilmir. Məsələn, ABŞ-da hər il inkişaf və sınaq tətbiqləri üçün milyonlarla dollar ayrılır. ABŞ-da enerji sektorunda inkişaflar üzrə ixtisaslaşmış startaplar həm dövlət, həm də özəl investisiyalar tərəfindən dəstəklənir. Rusiyada tərtibatçılar əsasən öz vəsaitləri hesabına pilot layihələr həyata keçirirlər, halbuki hər bir müştəri əvvəlki nəticələrdən asılı olmayaraq ayrıca pilot sınaqların keçirilməsini istəyir. Beynəlxalq bazarlara girərkən xarici tərəfdaşın Rusiya məhsulunun öz bazarında necə tətbiq oluna biləcəyini başa düşməsi çox vacibdir. Hər bir məhsul əvvəllər buraxılış üçün seçilmiş ölkədə potensial müştərilərin xüsusiyyətlərini öyrənərək lokallaşdırılmalıdır. Məhsulu müştərinin ehtiyaclarına uyğunlaşdırmaqdansa, mentaliteti öyrənmək daha çətindir və daha uzun müddətdir və tərəfdaşın bu sahədəki səriştəsi sizi səhvlərdən xilas edir.

Nəticə

Startaplar beynəlxalq bazarlara girərək inkişaflarına səbəb olan aşağıdakı üstünlükləri təmin edirlər:

- Müqayisəli üstünlüklərdən faydalanmaq: Müəssisələrin xarici bazarlarda daha çox gəlir əldə etmələrinin səbəbi müqayisəli üstünlüklər ideyasını mənimsəmələridir. Bu o deməkdir ki, müəssisələr uğurlu olduqları mal və xidmətlər istehsal edir və onları daha az səmərəli olan məhsul və xidmətlərlə əvəz edirlər
- Rəqabət etmək və ya rəqabətdən qaçmaq: Beynəlxalq bazarlara çıxmaq müəssisələri həddindən artıq daxili rəqabətdən qoruyacaq. Bəzi daxili bazarlarda, orada yaşamaq üçün çox səy sərf etmək lazım ola bilər. Bu bazarlarda rəqabət çox yüksəkdir.
- Vergi üstünlüyü əldə etmək: Bəzi ölkələr beynəlxalq ticarəti təşviq etmək üçün vergi üstünlükləri təqdim edir və bizneslərin beynəlxalq ticarət qazanclarından daha az vergi alırlar.
- Məhsulun bazarda qalma müddətinin uzadılması: Daxili bazarda əhəmiyyətini itirmiş mal və xidmətlərin xarici bazarlarda alıcı tapma ehtimalının yüksək olması.
- Yeni müştərilərin cəlb edilməsi; Yeni bazarlara daxil olunduqdan sonra z potensial müştərilərini sayı əhəmiyyətli dərəcədə artacaq. Ola bilsin ki, başqa ölkədə məhsulun və ya xidməti ölkədəki müştərilər arasında olduğundan daha populyar olacaq. Məsələn, Rusiyanın əhalisi təxminən 146 milyon nəfərdir. Avropa İttifaqının əhalisi 512 milyon nəfərdir, halbuki onların arasında daha çox varlı istehlakçılar var. Və ümumilikdə Çinin əhalisi təxminən 1,4 milyard nəfərdir. Bu bazarlardan heç olmasa birinə daxil olmaqla, potensial müştərilərin sayını əhəmiyyətli dərəcədə artıracaq.

- Brendi gücləndirmək; Fəaliyyət göstərilən ölkədən kənarda biznesi genişləndirmək startaplara daha çox diqqət gətirəcək və buna görə də brend şüurunu artıracaq. Ümumiyyətlə, beynəlxalq artım şirkətin müştəriləri arasında nüfuzunu artırır. Həmçinin əqli mülkiyyət, ticarət nişanları və müəllif hüquqlarının əhatə dairəsini yeni regionlara genişləndirmək imkanı olacaq.
- Xarici investorlara giriş; Digər çox vacib üstünlük isə investisiyaları cəlb etmək imkanıdır. Startaplar genişləndikcə yeni ölkələr onlara yeni investisiya kapitalına çıxış imkanı verir. Bu xüsusilə MDB ölkələrində yaşayan sahibkarlar üçün doğrudur. Bu ştatlarda kapital bazarı böyüklüyünə görə bir çox başqa ölkələrin kapital bazarı ilə müqayisə oluna bilməz. Xoşbəxtlikdən, bu gün hansı ölkələrin daha çox maliyyə alması barədə məlumat asanlıqla əldə edilir.
- Xərcin azaldılması; Bir neçə yerdə iş görmək, təbii olaraq istehsal üçün lazım olan mal və materialların miqdarını artıracaq və artan toplu alışların üçün təchizatçılarla daha aşağı qiymətlər barədə danışıqlar aparmağa imkan verəcək. Əsasən, startapın ölçüsü ilə vahid xərcləri arasında tərs əlaqə var. Heç bir iş sahibi, əsas məhsul və ya xidmətinin dəbdən düşdüyünü başa düşdükləri vəziyyətdə özlərini tapmaq istəməz. Birdən çox ölkədə mövcud olmaq startaplara trend və dəb küləklərini idarə etməyə kömək edəcək. Bir yerdə artıq tələbat olmayan məhsul və ya xidmət başqa ölkədə hələ də populyar ola bilər. İlk halda yanaşmanı yenidən nəzərdən keçirmək və nəyisə dəyişdirmək üçün vaxt olacaq. İstehlakçı inamının artırılması fiziki genişlənmənin e-ticarət vasitəsilə başqa ölkəyə mal satmaqdan üstünlüyü ondan ibarətdir ki, müştərilər öz ölkələrində ofisi və ya mağazası olan şirkətə daha çox güvənirlər.

Yuxarıda qeyd olunan üstünlükləri özündə birləşdirə bilən və ya bu üstünlüklərdən faydalana bilən startaplar digər startaplara nisbətən daha çox qazanc əldə edəcəklər. Beynəlxalq bazarlara açılmaq həm ölkə iqtisadiyyatına, həm də startaplara böyük töhfələr verir. Bu töhfələr statik və dinamik olaraq iki yerə bölünür. Xarici ticarətin statik faydaları müqayisəli üstünlüklərə uyğun gələn beynəlxalq ixtisaslaşma və əmək bölgüsünün birdəfəlik faydalarına aiddir. Xarici ticarətin ölkənin inkişafına müsbət təsirləri dinamik fayda kimi görünür. Bunlar istehsal və resurs kəsirini ödəmək, daxili iqtisadiyyatda məhsul artıqlığına çıxış (bazar) təmin etmək, geniş bazar həcmi, rəqabət, daxili bazar tələbinin və iqtisadi dinamizmin inkişaf etdirilməsidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Akın H. “Temel İshletme : Girishimcilik İsh Kurma ve Yonetim”. Ankara, 2019
2. Baldemir E., Metin İ. “İhracat İshlemleri”, Mugla, 2011
3. Blank S., Dorf B. “The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company”, California, 2020
4. Dess G.G., Miller A. “Strategic Management”, Newyork, 2015
5. Dincher O. “İshletme Politikası ve Stratejik Yonetim”, İstanbul, 2013
6. İsmailoglu H. “Kuchuk İshletmelerin Toplumsal Ozellikleri ve Sorunları”, İstanbul, 2012
7. Kalfaoglu S., Beduk A. “Turkiye’nin start-up ekosisteminin incelenmesi “osr robotics” firması ornek olay” // “Selchuk Universitesi, 2018,.
8. Kaya F. “Dısh Ticaret İshlemleri Yonetimi”, İstanbul, 2013
9. Kozlu C. “Uluslararası Pazarlama”, Ankara, 2011

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ, ВЫБРАННЫХ СТАРТАП-КОМПАНИЯМИ ПРИ ВЫХОДЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Джабраил Валиев[1], Омар Гусейнли[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор философских наук
[2]Магистрант, omar.huseynli@afs.az

РЕЗЮМЕ

Наиболее важными факторами, лежащими в основе выхода стартапов на международные рынки, являются прибыль и стабильность. Усиление конкуренции приводит к интернационализации предприятий для выживания и поддержания их существования, а также к мотивации к увеличению прибыли или росту. Быстрое изменение их технологий сделало весь мир глобальным рынком, в результате чего люди видят образ жизни и потребительские привычки людей в любой точке мира и требуют для себя производимые там продукты и услуги. Цели создания стартапов-получение прибыли, выполнение задач социальной ответственности и обеспечение непрерывности. Стартапы увеличивают свою прибыль и обеспечивают устойчивость, выходя на международные рынки. Кроме того, стартапы, которые обеспечивают прибыль и устойчивость в своем секторе, выполняют свои обязанности по социальной ответственности. Работа на международных рынках совпадает с целями стартапов. Успех бизнеса оценивается по достижению его целей. В связи с этим международные рынки всегда выгодны для стартапов.
Статья посвящена вопросам стратегии выхода стартап-компаний на международные рынки и анализу стоящих перед ними проблем. В исследовании проанализировано значение выхода стартап-компаний на международные рынки в развитии стартапов, проведен анализ стратегий выхода стартап-компаний на международный рынок на примере стартапов разных стран, в том числе к анализу была привлечена классификация проблем, с которыми сталкиваются стартап-компании при выходе на международный рынок.
Ключевые слова: стартап, стратегия, внешний рынок, конкуренция, глобализация.

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-284

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
296-308

ELECTRONIC SERVICES APPLIED IN PUBLIC ADMINISTRATION IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN AND THEIR ADVANTAGES

Elshan Mammadli[1], Ramil Zeynalli[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Philosophy in Political Science
[2]Master student, ramil.zeynalli0317@mail.ru

ABSTRACT

In modern times, the high level of development of technologies has started to play a special role in certain changes in the demands of society. Thus, societies try to realize their goals without wasting time and without contacting official bodies, taking advantage of the opportunities provided by information technologies. It is the concept of electronic government that helps citizens realize these goals. The concept of electronic government, which is also called "Smart government" or "Digital government", determines that the services provided by the government in its internal activities can be implemented by means of information technologies. When we say electronic government, it is understood as the continuous and secure performance of the duties and services of the state towards its citizens, and the duties and services of the citizens towards the state in electronic communication and operational environments. The concept of e-government, which has gained importance especially with governance restructuring efforts, is a concept that expresses integrated strategy, process, organization and technology. E-government is a technology study in which the relationship between e-citizen and e-government is built on the concept of mutual service. Today, the level of development of information technologies is so high that the electronic government system, which serves the welfare of the country's population, is widely used in most state bodies.

The main purpose of implementing the electronic government application is to eliminate bureaucracy at the state level. That is, by eliminating the principle of hierarchy here, the society can turn to the government bodies more easily. Another main goal here is to increase efficiency. Increasing efficiency means that if citizens apply to government agencies electronically, those agencies will be able to make more efficient and adequate decisions. That is, the services that will be implemented in the Internet environment by increasing the quality of the service will ensure that the concept of service is delivered to citizens at a certain quality level and in a standardized manner. In addition, another goal of implementing the electronic government system is to reduce corruption cases to the minimum level. As a result, when the electronic government system is implemented, the society's visits to state bodies, as well as direct contact with those persons, are prevented. At the same time, elements such as expanding the authority of small institutions, raising the level of service and, as a result, paying special attention to the citizen of the state bodies, come to the fore.

Another main goal in the implementation of electronic government is the widespread application of the principle of transparency. Based on that principle, all kinds of information can be obtained from internet resources, bringing the concept of "transparent state" and bringing the state-citizen relations to another level, as well as ensuring the establishment of the concept of "a state that exists for the people". The principle of transparency also allows for ensuring the right and freedom of access to information, while minimizing privacy restrictions related to work and

services. One of the main goals put forward when implementing the electronic government system is to provide quality service to citizens 24 hours a day, 7 days a week.
As for the advantages of applying electronic government, it is an undeniable fact that information technologies have various components, and each of these components causes the creation of new conditions and additional opportunities in any organization, government body, and also in the business environment. It is for this reason that thanks to the electronic government, government institutions can easily communicate with each other. In addition, it is precisely with the application of the electronic system that when sending information from one institution to another, the existence of a legal basis in that information and similar legal issues, electronic signature technology can be widely applied. Wide application of electronic services by state bodies serves to increase both their number and quality, as well as to increase citizens' use of services.
The article is devoted to the analysis of the state of application of electronic services in the state administration system in Azerbaijan. In the study, the history of the introduction of electronic services applied in the Republic of Azerbaijan and the decisions and decrees that gave impetus to the introduction of that system were discussed. In addition, the activities of a number of state institutions that benefit from the electronic government service in the Republic of Azerbaijan are shown as an example. Here, the activities of state institutions such as the Ministry of Health, the Ministry of Education, the State Examination Center, and the Supreme Court, which provide electronic services at a high level, are shown in detail. Based on the activities of these and other institutions, the high level of development of the level of electronic services in the Republic of Azerbaijan from 2001 to the present day was noted and those indicators were illustrated with pictures.
Keywords: electronic government, public administration, citizen, electronic service, information technology.

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DÖVLƏT İDARƏETMƏSİNDƏ TƏTBİQ EDİLƏN ELEKTRON XİDMƏTLƏR VƏ ONLARIN ÜSTÜNLÜKLƏRİ

Elşən Məmmədli[1], Ramil Zeynallı[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]Siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru
[2]Magistr tələbəsi, ramil.zeynalli0317@mail.ru

XÜLASƏ

Elektron hökumət deyildikdə elektron rabitə və əməliyyat mühitlərində dövlətin öz vətəndaşlarına qarşı vəzifə və xidmətlərinin, vətəndaşların isə dövlət qarşısındakı vəzifə və xidmətlərinin fasiləsiz və təhlükəsiz şəkildə yerinə yetirilməsi olaraq başa düşülür. Xüsusilə idarəetmənin yenidən qurulması səyləri ilə əhəmiyyət qazanmağa başlayan elektron dövlət anlayışı inteqrasiya olunmuş strategiya, proses, təşkilat və texnologiyanı ifadə edən bir anlayışdır. E-hökumət, e-vətəndaş və e-hökumət arasındakı münasibətlərin qarşılıqlı xidmət anlayışı üzərində qurulduğu

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

texnologiya araşdırmasıdır. Günümüz etibarı ilə informasiya texnologiyalarının inkişaf səviyyəsi o qədər yüksək həddədir ki, əksər dövlət orqanlarında ölkə əhalisinin rifahına xidmət edən elektron hökumət sistemindən geniş şəkildə istifadə edilir.

Elektron hökumət tətbiqinin tətbiq edilməsinin əsas məqsədi dövlət səviyyəsində bürokratizmin aradan götürülməsidir. Yəni burada iyerarxiya prinsipi ortadan qaldırılaraq cəmiyyət daha rahat şəkildə hökumət orqanlarına müraciət edə bilər. Burada başqa bir əsas məqsəd isə səmərəliliyin artırılmasıdır. Həmin səmərəliliyin artırılması deyildikdə vətəndaşların hökumət qurumlarına elektron şəkildə müraciət etdiyi təqdirdə həmin orqanlar daha səmərəli və adekvat qərarlar qəbul edə bilmələri nəzərdə tutulur. Yəni xidmətin keyfiyyəti artırılaraq internet mühitində həyata keçirilməyə başlanacaq xidmətlər, xidmət anlayışının vətəndaşlara müəyyən keyfiyyət səviyyəsində və standartlaşdırılmış şəkildə çatdırılmasını təmin edəcəkdir. Bundan əlavə elektron hökumət sisteminin tətbiq edilməsində bir digər məqsəd isə korrupsiya hallarının minimum səviyyəyə endirilməsidir. Nəticə etibarı ilə elektron hökumət sistemi tətbiq edildikdə cəmiyyətin dövlət orqanlarına gediş-gəlişinin, eləcə də həmin şəxslərlə birbaşa təmasının qarşısı alınmış olur. Bununla birlikdə kiçik qurumların səlahiyyətinin genişləndirmək, xidmət səviyyəsini yüksəltmək və nəticədə dövlət orqanlarının vətəndaşa xüsusi diqqətin göstərilməsi kimi ünsürlər ön plana çıxır.

Məqalə Azərbaycanda dövlət idarəetmə sistemində elektron xidmətlərin tətbiq vəziyyətinin təhlilinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatda Azərbaycan Respublikasında tətbiq edilən elektron xidmətlərin tətbiq edildiyi tarix və həmin sistemin tətbiq edilməsində təkan verən qərar və fərmanlar ələ alınmışdır. Bundan əlavə Azərbaycan Respublikasında elektron hökumət xidmətindən yararlanan bir sıra dövlət qurumların fəaliyyəti nümunə olaraq göstərilmişdir. Burada xüsusilə elektron xidməti yüksək səviyyədə təqdim edən Səhiyyə Nazirliyi, Təhsil Nazirliyi, Dövlət İmtahan Mərkəzi, Ali Məhkəmə kimi dövlət qurumlarının fəaliyyəti ətraflı şəkildə göstərilmişdir. Məhz bu və digər qurumların fəaliyyəti əsasında Azərbaycan Respublikasında elektron xidmətlərin göstərilməsi səviyyəsinin 2001-ci ildən etibarən günümüzə qədər yüksək səviyyədə inkişafı qeyd edilmiş və həmin göstəricilər şəkillərlə təsvir edilmişdir.

Açar sözlər: elektron hökumət, dövlət idarəçiliyi, vətəndaş, elektron xidmət, informasiya texnologiyaları

Giriş

İnformasiya texnologiya vasitələri günümüzdə cəmiyyətin inkişaf etməsində xüsusi rola malik olmağa başlamışdır. Azərbaycan Respublikasında da öz növbəsində Elektron Hökumət Siyasət və Strategiyaları istiqamətində dövlət quruculuğu, güclü iqtisadiyyatın yaradılması, cəmiyyətin demokratikləşməsi, xalqın rifahının yüksəldilməsi və əhalinin rifahının yüksəldilməsi istiqamətində çoxşaxəli fəaliyyət həyata keçirilməkdədir. Mövcud vəziyyətdə Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatının əsas lokomotiv sahəsi məhz neft-qaz sektoru hesab olunur və həmin sektordan əldə edilən gəlirlərlə dövlətimizin iqtisadi artımı reallaşmaqdadır. Buna baxmayaraq, Azərbaycanda neft və qaz ehtiyatları məhdud resurslar olduğu üçün uzunmüddətli perspektivdə iqtisadiyyatın inkişafını reallaşdırmaq qeyri-mümkündür. Bu çərçivədə müəyyən edilən dövlət proqramında prioritet sahə "İnformasiya Telekommunikasiya" (İKT) bazasının maksimum səviyyədə inkişaf etdirilməsidir. Belə ki, yaxın 10-15 il ərzində bu sektora ediləcək yerli və xarici investisyalar sayəsində informasiya sahəsində əldə ediləcək gəlirlərin neftdən əldə olunan gəlirlərlə rəqabət apara biləcəyi müəyyənləşdirilmişdir. Qeyd olunan məsələlərin reallaşdırılmasında elektron hökumətin xüsusi rolu var və bu sahənin inkişaf səviyyəsi qarşıya

qoyulan məqsədlərə nail olunmasına təsir edən amillərdəndir. Müxtəlif ölkələrdə, xüsusən də inkişaf etmiş ölkələrdə bu məqsədlə informasiya cəmiyyətinin və iqtisadiyyatın informasiya əsasında inkişafı istiqamətində səylər göstərilir və bu fəaliyyət BMT-nin Minilliyin Zirvə Toplantısında qarşıya qoyulan inkişaf hədəfləri ilə tam uzlaşmaqdadır. Azərbaycan Respublikasında bu sahədə məqsədyönlü fəaliyyət həyata keçirilir və informasiya texnologiyaları sahəsi ölkənin inkişaf prioritetləri sırasına daxil edilmişdir (Rahmanov F., Suleymanov E., İbrahimova K., 2020; s 280-291).

Bu baxımdan Azərbaycan Respublikası Dövlət İdarəçiliyi strukturunda elektron hökumət siyasətinin həyata keçirilməsi mərhələsini iki əsas dövrə bölmək mümkündür. Bu dövrlərdən birincisi, korporativ-fərdi layihələr dövrü olub, hər bir qurumun öz layihəsini və ya elektron hökumət tətbiqini hazırladığı uzun bir müddəti əhatə edir. İkinci dövr isə qurumlar tərəfindən ayrı-ayrılıqda həyata keçirilən elektron hökumət layihələrinin ortaq nöqtədən təqdimatını rellaşdıran müddətdir. Həmin dövrdə dövlət qurumlarının internet saytlarına və ya e-hökumət tətbiqlərinə tək nöqtədən çıxışı təmin edən internet feysin əsası qoyulmuşdur. Bu müddət rəsmi olaraq 2011-ci ilin may ayından etibarən Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin "Elektron Hökumət Sisteminin İntensivləşdirilməsi" haqqında fərman imzalaması ilə başlamışdır. Həmin tarixdə e-gov.az adlı internet saytı vasitəsi ilə fərdi qaydada həyata keçirilən çoxlu sayda e-hökumət müraciətlərin edilməsi mümkün olmuşdur. Bundan əlavə, həmin qurumların veb-saytları vətəndaşların müraciət etdikləri dövlət qurumları tərəfindən qorunmaqdadır.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi dövlət idarəçiliyində elektron hökumətin tətbiq meyarlarını araşdırmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir dövrdə texnologiyaların yüksək səviyyədə inkişafı cəmiyyətin tələblərində müəyyən dəyişikliklərin olmasında məxsusi rol oynamağa başlamışdır. Belə ki, cəmiyyətlər informasiya texnologiyalarının onlara təqdim etdiyi imkanlardan yararlanaraq zaman köməyə gəlir. "Ağıllı hökumət" və ya "Rəqəmsal hökumət" olaraq da adlandırılan elektron hökumət anlayışı hökumətin öz daxili fəaliyyətində təqdim etdiyi xidmətlərin itkisinə məruz qalmadan, rəsmi orqanlarla təmasa keçmədən öz məqsədlərini reallaşdırmağa çalışırlar. Günümüz etibarı ilə informasiya texnologiyalarının inkişaf səviyyəsi o qədər yüksək həddədir ki, əksər dövlət orqanlarında ölkə əhalisinin rifahına xidmət edən elektron hökumət sistemindən geniş şəkildə istifadə edilir.

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir sıra üsullardan istifadə edilmişdir ki, bunlardan analiz, sintez, qruplaşdırma, faktların toplanılması, təsnifat, eyni zamanda, statistik, müqayisəli təhlil, sistemli yanaşma metodlarını qeyd edə bilərik. Sistemli yanaşma metodunun köməyi ilə Azərbaycan Respublikasında, eləcə də BMT-yə üzv digər bir sıra dövlətlərin elektron hökumət sistemindən yararlanma səviyyəsi göstərilmişdir. Empirik məlumatların təhlili mövcud vəziyyəti qiymətləndirməyə elektron xidmətlərin vətəndaşlar üçün gətirdiyi üstünlükləri göstərməyə imkan verir.

Azərbaycan Respublikasında ilk dəfə olaraq "elektron hökumət" ideyası "Azərbaycan Respublikasının inkişafı üçün informasiya-kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya (2003-2012)" sənədində öz əksini tapmışdır. Həmin strategiyanın həyata keçirilməsi məqsədilə

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

2004-cü ildə strategiyanın Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin əsası qoyulmuşdur. Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi strategiyanın icrasına uyğun olaraq 2005-2008-ci illər və 2010-2012-ci illər üçün "Elektron Azərbaycan" Dövlət Proqramlarını həyata keçirilməsinə nail olmuşdur. Burada birinci proqram daha çox informasiya cəmiyyətlərinin inkişafına diqqət yetirsə də, sonuncu proqram Elektron Hökumətə keçidi sürətləndirməyi hədəfləmişdir. Bundan əlavə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən 27 aprel 2016-cı ildə Milli Fəaliyyət Planı təsdiq edilmişdir. 2016-2018-ci illər üçün açıq və ya elektorn hökumətin təşviqi üzrə "Dördüncü Plan" lahiyəsi çərçivəsində 11 istiqamət üzrə qruplaşdırılmış 58 fəaliyyət sahəsini əhatə etməkdədir. Həmin hökumətin əsas məqsədi açıq hökumət prinsiplərinin tətbiqinin genişləndirilməsi, korrupsiyanın qarşısının alınması, ictimaiyyətin gücləndirilməsi vətəndaş cəmiyyəti institutlarının nəzarəti və fəaliyyəti və sahibkarların hüquqlarının müdafiəsi nəzdində yeni mexanizmlərin həyata keçirilməsidir. Hazırda Respublikamızda elektron hökumət anlayışı çərçivəsində yeni transformasiyalardan keçməkdədir. Bu gün Azərbaycanın mühüm elektron hökumət layihələrinə daxil olan ASAN, ABAD, E-DÖVLƏT PORTALI, ATIS, ERSS qurumların günümüzdə məxsusi rolu olduğu danlmaz faktdır. Elektron hökumət siyasəti araşdırmaları nəticəsində dövlət qurumlarının eyni vaxtda internet saytı olaraq fəaliyyətə başlayan elektron hökumət layihələri sonrakı illərdə daha yüksək səviyyəyə çatmış və digər dövlətlərə üçün də nümunəyə çevrilmişdir (Hajiyeva L., 2019; 52 p).

Son dövrlərdə elektron hökumət sistemindən yararlanan bir potsovet ölklərinin göstəriciləri cədvəldə göstərilmişdir. Aşağıda göstərilən cədvələ əsasən qeyd edə bilərik ki, Azərbaycan son illərdə postsovet ölkələri içərisində mövqeyini ən çox yaxşılaşdıran ölkələr siyahısında hesab olunur.

Cədvəl 1. Dünya Postsovet Ölkələrinin Elektron Hökumətdə İştirak İndeksində Azərbaycanın mövqeyi.

N:	Ölkə adı	Elektron hökumət sorğusu 2017	Elektron hökumət sorğusu 2019	Elektron hökumət sorğusu 2021
1	Qazaxıstan	38	28	33
2	Rusiya	27	27	35
3	Belarusiya	61	55	49
4	Azərbaycan	96	68	56
5	Gürcüstan	72	56	61
6	Ukraniya	68	87	62
7	Moldova	69	66	65
8	Özbəkistan	91	100	80
9	Ermənistan	94	61	87
10	Qırğızıstan	99	101	97
11	Türkmənistan	146	128	140
12	Tacikistan	122	129	139

Mənbə: https://www.publicadministration.un.org - saytından məlumatların istifadəsi müəlliflər tərəfindən yaradılmışdır.

Cədvəldən də gördüyümüz kimi, əksər potsovet ölkələrinin elektronik hökumətdən yararlanma göstəriciləri müsbət istiqamətdə yüksəliş göstərmişdir. Həmin göstərcilər baxımından

Azərbaycanın mövqeyini xüsusi qeyd etmək lazımdır. Belə ki, Azərbaycan Respublikası elektron xidmətdən yararlanma indeksi cəhətdən böyük yüksəliş göstərərək BMT-yə üzv 193 dövlət arasında 77-ci sıradan 47-ci sıraya yüksəlmişdir. Əksər dövlətlər son dövrlərdə əhalinin böyük kütləsinin informasiya resurslarından istifadəsinin təmin edilməsində maraqlı olmağa başlamışdır. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə həyata keçirilən elektron dövlət proqramlarında "e-vətəndaş" (elektron vətəndaş kimi beynəlxalq terminlərə, eləcə də G2C (public-to-citizen) yəni, vətəndaşlarla qarşılıqlı münasibətlərin idarə edilməsi sisteminə xüsusi diqqət göstərməkdədir. Bu sistem ABŞ, Böyük Britaniya, Moldova, Belarusiya və Qazaxıstan kimi ölkələrdə geniş şəkildə istifadə olunur. "Elektron vətəndaş" sistemi vətəndaşlara inteqrasiya olunmuş geniş spektri təmin edən ilk belə proqram hesab edilir. Həmçinin proqram vasitəsi ilə dövlətə məxsus informasiya və xidmətlərdən yararlanmağa şərait yaradır.

Azərbaycan Respublikasında elektron hökumət siyasətini uğurlu şəkildə həyata keçirən müəyyən dövlət qurumlarını nümunə olaraq qeyd edə bilərik. Həmin qurumlardan biri Səhiyyə Nazirliyi olub, vətəndaşlara sağlamlıqla bağlı elektron şəkildə "Vətəndaş sağlamlığı elektron kartını" (VESK) təqdim edir. Həmin elektron sağlamlıq kartı sisteminin tətbiqi, sağlamlıq şəraiti və vətəndaşların sağlamlığı haqqında məlumat bazasının yaradılması onların statusunun idarə olunmasını artırmağa şərait yaradır. Bundan əlavə Nazirlik hər yeni doğulmuş uşaq üçün dövlət və özəl klinikalara Sosial Sağlamlıq Elektron sifarişlərini öz Mərkəzinə və Səhiyyə İslahatlar Nazirliyinə göndərməsi imkanlarını vermişdir. Kartlar Poliklinikalar vasitəsilə uşaqların qanuni nümayəndələrinə göndərilir. Yeni doğulmuş uşaqlarla birlikdə digər yaş qrupuna aid uşaqlar da poliklinikalarda bu elektron informasiya sisteminə daxil edilmişdir. Sistemdə və kartda olan məlumatların tam və dəqiq olmasını təmin etmək üçün vətəndaşlar onlar hər dəfə tibb müəssisəsinə gedərkən kartlarını göstərməlidirlər. Təkcə bu ilin aprelin 1-dək 225.000-dən çox yeni doğulmuş uşağın elektron tibbi qeydləri edilmişdir. Elektron sağlamlıq kartı sistemində unikal qeydi olan vətəndaşlar sistemdəki bütün məlumatlara "Elektron Sağlamlıq" internet portalı vasitəsilə daxil ola bilərlər. Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən təqdim edilən daha bir elektron xidmət isə müəyyən edilmiş məlumatları özündə əks etdirən tibbi müayinə kartı sistemidir. Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən tətbiq edilən bu kartlar çip və dövri inzibati məlumatlarla təchiz olunmuşdur. Kartlarda müayinələr, müayinələrin aparıldığı sağlamlıq haqqında məlumatlar müəssisələrdəki kompüterlərə qoşulmuş kart oxuyucularının köməyi ilə oxunub dəyişdirilməsi mümkündür. Vətəndaşlar istifadəçi adı və şifrəni daxil etməklə sistemdə göstərilən bütün məlumatlara portaldan daxil ola bilərlər. Bundan əlavə, vətəndaşın işlədiyi qurum və ya təşkilatın müəyyən işçiləri internet üzərindən öz müəssisələrində çalışan vətəndaşların sağlamlıq vəziyyətini izləyə bilərlər. Təkcə son üç il ərzində Səhiyyə Nazirliyi Azərbaycanda 80 mindən çox vətəndaşa səhiyyə xidməti göstərərək səhiyyə xidmətlərindən istifadə etmək üçün milli sağlamlıq kartı verilməsinə nail olmuşdur (Azərbaycan Respublikası Səhiyyə Nazirliyi., http://www.e-health.gov.az// standartlar və təminatlar)

Vətəndaşlara elektron hökumət siyasətini uğurlu şəkildə təqdim edən daha bir xidmət isə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti, Dövlət Agentliyi və ASAN xidmətin birgə təşəbbüsü ilə həyata keçirilən "İdeya Bankıdır". Həmin xidmətin əsas məqsədi vətəndaşlara və sosial yeniliklərə dəstək vermək üçün xidmət mərkəzlərinin effektivliyinin artırılmasıdır. İdeya Bankı layihəsi eyni amanda 2015-ci ilin mart ayından etibarən Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyası və Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi ilə birgə əməkdaşlıq etməyə başlamışdır. Vətəndaşlar, xidmətlərin inkişafında qurumlara təqdim etdikləri təklif və təkliflərlə müsbət dəyişikliklərə təsir göstərməklə birlikdə dövlət qurumlarının qərar qəbul etməsi proseslərində də

yaxından iştirak edirlər. Eyni zamanda, bu lahiyə sayəsində xidmət istifadəçiləri daha innovativ xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlı fikir və mülahizələrini rahat bir şəkildə dövlət qurumları ilə paylaşa bilirlər. Təkcə cari ilin son 11 ayı ərzində vətəndaşlar tərəfindən "İdeya Bankına" 4483 təklif daxil olub göndərilmiş, onlardan 1186-sı qiymətləndirilmiş, 344-ü isə yararsız hesab edilmişdir (İdeya bankı ASAN portal, http://www.ideya.az).

Respublikamızda elektron hökumət xidmətini uğurlu şəkildə həyata keçirən başqa bir dövlət qurumu isə Azərbaycan Respublikası Ali Məhkəməsidir. Belə ki, 2016-cı ildən etibarən Azərbaycan Respublikasının Ali Məhkəməsində "Elektron məhkəmə" informasiya sistemi tətbiq olunmağa başlanmış və bu sistemin tətbiqi ilə informasiya təhlükəsizliyinin yaxşılaşdırılması, ali məhkəmənin ümumi iş prinsipinin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə və fəaliyyətində operativliyin artmasına səbəb olmuşdur. "Elektron məhkəmə" sistemi informasiya ərizə, şikayət və təqdim edilmiş digər sənədlərin elektron qaydada qeydə alınmasını, şikayətlər avtomatik olaraq işin həcminə, iş növünə və hakimlərin icrasına görə təsnifatının aparılmasını, şikayətlərin və digər sənədlərin elektron dövriyyəsini təmin edilməsini, iş təyin edildikdə, işin müvafiq cədvələ avtomatik daxil edilməsini, məhkəmə bildirişlərinin və digər məhkəmə sənədlərinin yaradılmasını, SMS (elektron poçt) vasitəsilə məhkəmə ilə əlaqədar tərəflərin əvvəlcədən məlumatlandırılmasını təmin edir. Bundan əlavə həmin sistem məhkəmənin qərarına əsasən məhkəmə protokolunun, müvafiq nəticənin hazırlanmasını, nəticəyə uyğun qərarların çıxarılmasını və müvafiq qərarların Ali Məhkəmənin Elektron Arxivlərinə inteqrasiyanı, sistemdə "şəxsi kabinet" vasitəsilə proses iştirakçılarının iştirakı, qəbul edilmiş qərarlar, icra vəziyyəti, haqqında məlumat almaq eləcə də etiraz etmək imkanını, Elektron Hökumət Portalı vasitəsilə məhkəmə fəaliyyəti ilə bağlı bütün hökumət ödənişlərin həyata keçirilməsinə də şərait yaradır (Azərbaycan Respublikasının Ali Məhkəməsi., http://www.supremecourt.gov.az).

Ölkəmizdə vətəndaşlara təqim edilən daha bir xidmət isə Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyası və Azərbaycan Respublikasının Təhsili Nazirliyin birgə layihəsi hesab olunan "Dərslik Portalıdır". Dərslik portalı 3 hissədən ibarət olub, birinci hissədə monitorinq prosesi həyata keçrilir. Yeni təlim proqramlarına uyğun hazırlanan bu bölmədə, VIII-XI və I-VII sinif dərsliklərinə və yeni təhsil proqramlarına uyğun olaraq seminarlar və seminarların video çəkilişləri, eləcə də hazırlanmış kurikulumlar haqqında son elmi-metodiki qiymətləndirmələr elektron şəkildə vətəndaşlara təqdim edilir. İkinci bölmədə isə cari kurikulumlar əsasında hazırlanmış yeni təhsil proqramları, dərsliklər və tədris materialları haqqında ən son məqalələr və məlumatlar yer alır. Üçüncü bölmə isə nəzərdən keçirmə bölməsi adlanır. Portalın bu bölməsi ən əsas bölmə olub, vətəndaşların portalda iştirakı, sinif otaqları, kurs materialları haqqında mövzularda müzakirələrə qoşulmasını təmin edir. Müzakirələrdə iştirak etmək və annotasiya vermək istəyən vətəndaşlar mütləq şəkildə portaldan qeydiyyatdan keçməlidirlər (Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi., http://www.e-derslik.edu.az//lahiyyə haqqında).

Azərbaycan Respublikası vətəndaşları, eləcə də əcnəbi vəyəndaşların yaralana biləcıyi daha bir elektron hökumət xidməti də "Elektron Viza Portalıdır". Portalın xidmət təminatçısı Azərbaycan Respublikasının Prezident Aparatı nəzdində Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyidir. Belə ki, vətəndaşlar Elektron Viza Portalı xidmətinin köməyi ilə 3 addımda rahat şəkildə əldə etmək şansına malikdir. Burada sadəcə vətəndaşlar viza ilə bağlı müraciət edir, ödəniş edir və elektron vizanı yükləyərək əldə edə bilir. Əcnəbi vətəndaşların eləcə də vətəndaşlığı olmayan şəxslərin ölkə ərazisində 30 gün müddətində elektron qaydada viza almaq üçün birbaşa portala müraciət etməsi mümkündür. Vətəndaşlar elektron vizanı əldə etmək üçün əvvəlcədən planlaşdırılmış gəliş tarixindən ən azı 3 (üç) iş günü öncəsindən Azərbaycan

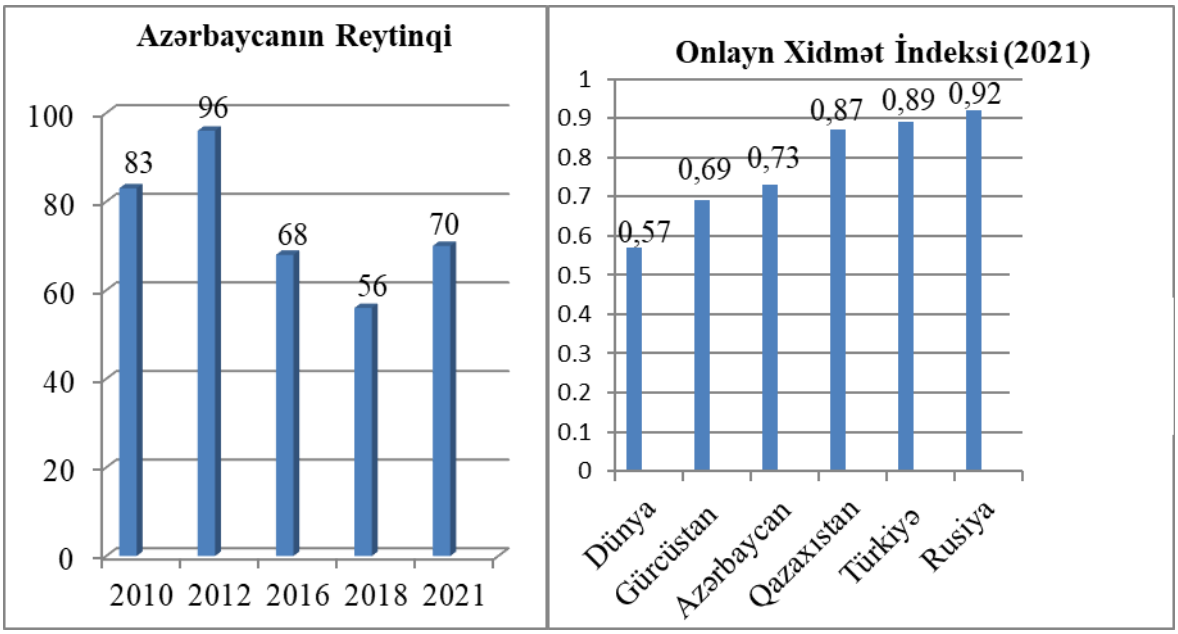
Respublikasının elektron viza portalına müraciət etmək imkanına malikdir. Elektron viza portalından yararlana biləcək ölkələr arasında Türkiyə, ABŞ, Kanada, Almaniya, Hindistan, Çin, İsrail də daxil olmaqla bir çox dünya ölkələrini qeyd edə bilərik (Azərbaycan Respublikası Rəsmi Elektron Viza Portalı, https://www.evisa.gov.az).

Azərbaycan Respublikasında vergi sistemində bütün səviyyələrdə məlumat axını Azərbaycan Respublikası Vergilər İdarəsinin Avtomatik Vergi İnformasiya Sistemi (AVİS) vasitəsilə korporativ şəbəkə sistemi üzərindən həyata keçirilir. AVİS 2006-cı ildən etibarən fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. AVİS-in əsas məqsədi büdcənin vergi hissəsinin tam və vaxtında ödənilməsini təmin etmək, çevik və səmərəli vergi idarəçiliyinin həyata keçirilməsi üçün əhəmiyyətli informasiya dəstəyi göstərməkdən ibarətdir. Bu sistem yerli vergi idarələrinin vergi ödəyiciləri ilə bilavasitə öz korporativ fəaliyyətini elektron mühitə gətirmək, internet üzərindən digər dövlət qurumları ilə inteqrasiya etmək, müxtəlif iqtisadi təhlillər və proqnozlar vermək xüsusiyyətlərinə malikdir. Sistem Vergilər Nazirliyinə məxus bütün məlumatlarını vahid informasiya mühitində saxlamağa və emal etməyə imkan verir. Sistemin əsas üstünlüklərindən biri digər informasiya sistemləri olan Xəzinədarlıq, Dövlət Statistika Komitəsi, Dövlət Gömrük Komitəsi, Dövlət Sosial Müdafiə Fondu, banklar ilə məlumat mübadiləsinin aparılmasına malik olmasıdır. Belə ki, 2010-cu il mart ayının birindən etibarən vətəndaşların və vergi ödəyicilərinin "İnternet vergi inzibatçılığı" vasitəsilə vergi orqanlarına onlayn müraciət etmək imkanı yaradılmış və bu məqsədlə hər bir istifadəçi üçün fərdi elektron panel rezerv edilmişdir. Şəxsi elektron kabinet vergi ödəyiciləri ilə vergi orqanları arasında elektron sənəd mübadiləsinin səmərəliliyini artırır və kağız sənədlərin ənənəvi üsulla göndərilməsi ilə müqayisədə vaxt və vəsait itkisinin qarşısını alır. Eyni zamanda 2010-cu ildən etibarən şəxsi elektron qutusu olan Vergilər İdarəsinə göndəriləcək sənədlər (rəsmi məktublar, bildirişlər, xəbərdarlıqlar) eləcə də məlumatlar (istifadəçi kodu/şifrə/şifrəni almış şəxslər) sistemdəki bütün vergi ödəyicilərinin şəxsi elektron ünvanına avtomatik şəkildə göndərilir. Vergi orqanından göndərilən hər hansı sənədin yalnız kağız daşıyıcısı göndərilməli olduğu hallar istisna olmaqla, digər hallarda şəxsi elektron qutusu olan şəxslərlə yazışmalar elektron qaydada aparılır. "Avtomatik Vergi İnformasiya Sistemi"nin əsas məqsədi büdcənin mədaxil hissəsinin tam və vaxtında formalaşdırılması, çevik və operativ vergi icrasının həyata keçirilməsi üçün səmərəli informasiya təminatının tətbiq edilməsidir. Bundan əlavə həmin qurum Vergilər Nazirliyinin bütün strukturlarında birləşdirilmiş məlumatların yaradılması və tətbiqinin aparılması, yerli vergi orqanlarının funksiyalarının avtomatlaşdırılması, dövlət qurumları ilə inteqrasiyanın həyata keçirilməsi və onlarla informasiya mübadiləsinin təmin edilməsi kimi əsaslı məqsədlərə sahibdir (Rahmanov F., Suleymanov E., İbrahimova K., 2020; s. 280).

Nümunələrədən də gördüyümüz kimi son dövrlərdə Azərbaycan Respublikasında elektron hökumət sistemi xidmətini vətəndaşlara təqdim edən dövlət orqanlarının sayı gün keçdikcə daha da artmaqdadır. Məhz aşağıdakı şəkil 2-də BMT-nin Elektron-Hökumət sisteminin inkişafı indeksinə uyğun olaraq ölkəmizin reytinqi, eləcə də onlayn xidmət indeksi göstərilmişdir:

Şəkil 1. BMT-nin Elektron-Hökumət Sisteminin İnkişafı İndeksi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

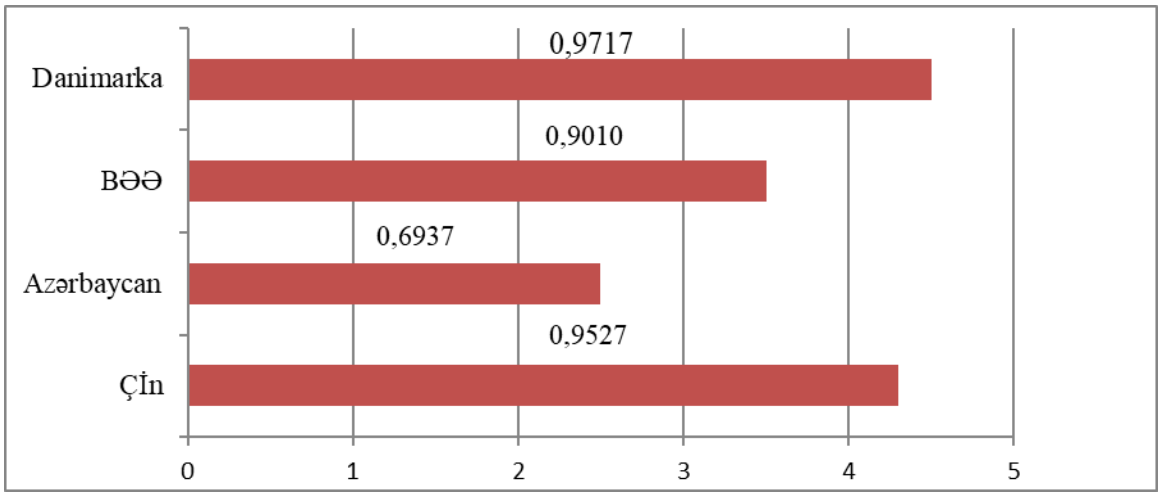


Mənbə: UN E-Government System Development Index for Azerbaijan, https://www.publicadministration.un.org

Şəkil 2-də göstərilən eləcə də Birləşmiş Millətlər Təşkilatının elektron hökumət sisteminin inkişaf səviyyəsini və ölkələr üzrə həmin sistemin funksionallığının göstəricisi olan E-hökumətin İnkişaf indeksinə əsasən Azərbaycan Respublikası son üç il ərzində 193 ölkə sırasında 70-ci sıradan 42-ci sıraya yüksəlmişdir. Buna baxmayaraq elektron hökumət sistemi sahəsində inkişaf səviyyəsi 2012-2016-cı illərdə sabit olmuş, həmin müddət ərzində Azərbaycan dövlətinin mövqeyi 96-cı sıradan əlli altıncı sıraya yüksəlmişdir. Onlayn Xidmət İndeksi baxımından müqayisə etdikdə Azərbaycan qlobal səviyyədə orta rəqəm göstəricisindən yüksəkdə olsa da buna baxmayaraq Qazaxıstan, Rusiya Federasiyası və Türkiyə kimi ölkələrdən bir qədər geridə qalmaqdadır. Eyni göstəricilər "Azərbaycanın Reytinqi" sistemində də müşahidə olunur. Şəkildən də gördüyümüz kimi Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının elektron hökumət sistemindən ən yüksək səviyyədə yararlandığı il 96 faizlə 2012-ci ildə, ən aşağı göstərici isə 56 faizlə 2018-ci ildə müşahidə edilmişdir. Qeyd etdiyimiz kimi son üç il ərzində ölkəmizdə bir çox dövlət qurumlarının elektron hökumət sisteminin genişləndirilməsi ilə əlaqədar səyləri nəticəsində bu göstərici 2021-ci ildə yenidən yüksələrək 70 faizə çatmışdır. İnformasiya Telekommunikasiya ya dair strateji yol xəritəsində də müəyyənləşdirildiyi kimi əgər hökumət qurumları İKT sistemlərinin təkmilləşdirilməsinə xidmət edən prioritetlərə xüsusi diqqət ayırarsa, həmin elekton hökumət sistemi reytinqinin növbəti illərdə daha yaxşılaşacağı gözlənilməkdədir.

Bu gün Azərbaycan Respublikasının elektron sistemində rəsmi olaraq təsdiq edilmiş 478 elektron xidmətdən 373 xidmət aktiv şəkildə vətəndaşlar tərəfindən istifadə edilməkdədir. Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi sadəcə istənilən elektron portal xidmətinə bir kliklə giriş etməklə vətəndaşlar həm fərdi dentifikasiya məlumatlardan istifadə edərək fərdi sahibkarların və digər vətəndaşların məlumatlarını əldə edə bilər, həmdə rahat bir şəkildə elektron imza əldə edə bilmə səlahiyyətinə malik ola bilər.Aşağıdakı şəkil 3-də 2022-ci il üzrə Azərbaycan Respublikasında Elektron Hökumətin dinamik inkişaf indeksi göstərilmişdir:

Şəkil 2. Elektron Hökumətin İnkişafı İndeksi.



Mənbə: https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/11 Azerbaijan.

Şəkildə 2-də də gördüyümüz kimi BMT-nin Elelektron hökumətin inkişaf indeksinin dünya üzrə göstəricisinə 0,97 faiz göstərici ilə Danimarka liderlik edir. Daha sonra Asiya regionu üzrə liderliyi isə 0,95 faizlə Çin yer almaqdadır. Azərbaycan Respublikası isə 2022-ci il üzrə BMT-nin Elelektron hökumətin inkişaf indeksi üzrə göstəricisi 0,69 faiz təşkil etmişdir. Halbuki bu göstərici 2020-ci il üzrə 0,71 faiz olmuşdur. Bunun əsas səbəbi 2020-ci ildə COVİD-19 pandemiyası ilə əlaqədar olaraq qlobal səviyyədə olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında da əhalinin əksəriyyətinin elektron müraciətlərə üstünlük verməsi olmuşdur. Bu səbəbdən həmin artan müraciətlərə paralel olaraq elektron hökumətin inkişaf indeksində də artış müşahidə edilmişdir. Bundan əlavə 2020-ci ildə belə bir nəticənin ortaya çıxmasında əsas rol oynayan başqa faktor isə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 2016-cı ildə imzaladığı "Telekommunikasiya və İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" fərmanıdır. Həmin fərmanda Azərbaycan Respublikası ərazisinin 2020-ci ilə qədər 70 %-i 2025-ci ilə qədər isə 95 %-inin fiber optik şəbəkələri ilə əhatə olunacağı qeyd edilmişdir.
Buna baxmayaraq şəkildə 2022-ci ildə 2020-ci illə nisbətdə həmin göstəricilərdə müəyyən azalmalar olduğu müşahidə edilir. Bu azalmaların əsas səbəbi son dövrlərdə ölkə əhalisinin sıxlıq səviyyəsinin artması və hal-hazırda fəaliyyət göstərən telekommunikasiya operatorlarında çatışmazlıqların olmasıdır. Bu səbəbdən Delta Telecom və Azertelecom kimi telekommunikasiya operatorlarına daha sürətli və operativ fəaliyyət göstərən ən azı üçüncü magistral telekommunikasiya operatoru əlavə edilməsi əsas məsələ olaraq qarşımıza çıxmaqdadır. Nəticədə vətəndaşlar daha rahat, daha sürətli şəkildə elektron hökumət portallarından istifadə edə biləcəyi gözlənilməkdədir. Digər problem ölkədə informasiya texnologiyalarının kifayət qədər inkişaf etməməsidir. Xüsusilə paytaxtla regionlar arasında bu fərq açıq şəkildə özünü biruzə verir. Böyük şəhərlərlə müqayisədə ucqar rayonlarda və kəndlərdə internet şəbəkələrinin zəif inkişafı bu ərazilərin sakinlərinin müvafiq xidmətlərə çıxışını azalmasına səbəb olur. Bu mənada bütün ölkə ərazisində informasiya-kommunikasiya infrastrukturunun inkişafının təmin edilməsi əsas məsələ olaraq qarşımıza çıxır. Ümumiyyətlə, informasiya bərabərsizliyi qlobal problem olduğu üçün

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

BMT bu məsələni yoxsulluqla mübarizə çərçivəsində həll etməyə çalışır. Belə ki, cəmiyyətin yoxsulluq səviyyəsi yüksək olduqda müasir informasiya texnologiyalarından istifadə səviyyəsi aşağı düşməsinə səbəb olur. Bu baxımdan yoxsulluğun aradan qaldırılması müasir texnologiyalardan istifadə edən cəmiyyətə öz müsbət təsirini göstərir. Son dövrlərdə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən bu çərçivədə təsdiq edilmiş dövlət proqramları həyata keçirilməkdədir. Bu istiqamətdə yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf üzrə dövlət proqramları, məşğulluğun təmin edilməsi üzrə dövlət proqramları, təhsil sisteminin məlumatlandırılması üzrə dövlət proqramları həyata keçirilmişdir. Ölkədə internet tariflərinin aşağı salınması, hökumətin "xalq kompüteri" kimi layihələri informasiya bərabərsizliyinin aradan qaldırılması istiqamətində mühüm addımlar hesab edilir (Badalli M., 2018; s. 76).

Nəticə

Elektron hökumətin istifadəsi ilə bağlı çıxan digər problem isə bürokratik idarəçiliyin müəyyən səviyyədə mövcudiyyətidir. Təbii ki, informasiya texnologiyalarının inkişaf etdiyi müasir dövrdə hansısa sənədin və ya xidmətin qısa müddət ərzində həll edilə bilməsinə baxmayaraq bir ay ərzində icra edilməsi heç də müsbət bir hal olaraq qəbul edilmir. Bu baxımdan idarəetmə sistemində yeni mərhələ - bürokratik sistemdən vətəndaşların ehtiyaclarının həllinə yönəlmiş müasir standartlara cavab verən sistematik fəaliyyətə keçid olduqca zəruridir. Müasir dövrdə dövlət orqanları təkcə öz inzibati maraqlarına deyil, eyni zamanda vətəndaşların mənafelərinə xüsusi yer verirlər. Bürokratik sistem bununla birlikdə korrupsiya mühiti üçün geniş imkanlar yaradır. Bu məqsədlə sahibkarlar və vergi ödəyiciləri üçün "bir pəncərə" sisteminin yaradılması istiqamətində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin fəaliyyətinin qanunvericilik bazası əsasında təşkilinin təmin edilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında" fərmanı əsasında 25 oktyabr 2007-ci il tarixli "bir pəncərə" prinsipi bu çərçivədə ölkədə başlanmış islahatların əsasını qoymuşdur Bu sistemin tətbiqi ilə sahibkarlıq subyektlərinin qeydiyyat prosedurlarının sayı azaldılaraq sadələşdirilmiş, sahibkarları əlavə maliyyə xərclərindən və bürokratik çətinliklərdən, bununla da vətəndaşların məmurlardan asılılığının azalmasına səbəb olmuşdur. Bundan əlavə Respublikamızda hal-hazırda da korrupsiyaya qarşı mübarizə tədbirləri davam etdirilir və mərkəzi icra hakimiyyəti orqanlarının fəaliyyətində şəffaflığın artırılması istiqamətində əsaslı addımlar atılmaqdadır.

Elektron idarəetmə sistemində çıxan digər bir çətinlik isə məlumatların təhlükəsizliyinə təminatının kifayət qədər olmamasıdır. Belə ki, hal-hazırda bu sistemdən yararlanmaq üçün lazımi şərait yaratmaq, sistemdən istifadə edəcək şəxsləri və şirkətləri müəyyən etmək olduqca vacibdir. Eyni zamanda kənar şəxslərin sistemə müdaxiləsinin qarşısını almaq üçün təhlükəsizlik tədbirləri görülməli və proqram təminatı ilə bağlı təhlükəsizlik tədbirləri nəzərə alınmalıdır. Bu sahədə internetə nəzarət tədbirlərini həyata keçirmək üçün dövlət tərəfindən ciddi nəzarət mexanizmlərinin tətbiq edilməsi tələb olunur. Eyni zamanda, bu sahədə beynəlxalq əməkdaşlıq imkanları böyük əhəmiyyət kəsb edir. Avropa Şurasının 2001-ci il "Kibercinayətkarlıq Konvensiyası", eləcə də 2003-cü il Kompüter Cinayətləri haqqında Konvensiyaya əlavə edilmiş protokol dövlətlərin informasiya sahəsində təhlükəsizliyini təmin edən mühüm beynəlxalq sənədlər hesab edilir. Ölkəmiz ona Bu konvensiyada 2008-ci ildə etibarən iştirak etməyə başlamışdır. Ümumiyyətlə, bu baxımdan ölkənin informasiya cəmiyyətinin inkişaf prosesini təmin etmək, mövcud vəziyyəti təhlil etmək, ölkənin elektron hazırlığının, mövcud telekommunikasiya infrastrukturunun, texnoloji avadanlıqların, elektron xidmətlərin və hüquqi-normativ bazasının təhlili olduqca vacibdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Badalli M. “Elektron idaraetmenin bilik-intellektual taminatı: beynalxalq tacrübe”, Azerbaycan Dovlet İdarechilik Akademiyasi. Bakı, 2018.
2. Rahmanov F., Suleymanov E., İbrahimova K. “Azerbaycan’da kamu hizmet kalitesinin artirilmasında E-Devlet innovativ teknoloji kullaniminin gelishimi”, International conference on Eurasian ecenomies. Bakı, 2020
3. Hajiyeva L. “E-Government policy and managment in public adminstration: current trends for Azerbaijan”, Azerbaijan state University of Economics UNEC Sabah Center, Bakı, 2019
4. İdeya bankı ASAN portal., http://ideya.az/about
5. Azerbaycan Respublikası Sahiyya Nazirliyi., http://www.e-health.gov.az// standartlar və təminatlar
6. Azerbaycan Respublikasının Ali Mehkemesi., http://www.supremecourt.gov.az
7. Azerbaycan Respublikası Elm və Tahsil Nazirliyi., http://www.e-derslik.edu.az// lahiyyə haqqında
8. Azerbaycan Respublikası Resmi Elektron Viza Portalı, https://www.evisa.gov.az https://www.evisa.gov.az
9. UN E-Government System Development Index for Azerbaijan, https://www.publicadministration.un.org
10. https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/11 Azerbaijan

ЭЛЕКТРОННЫЕ УСЛУГИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ, И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА

Эльшан Мамедли[1], Рамиль Зейналлы[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Доктор философии в области политических наук
[2]Магистрант, ramil.zeynalli0317@mail.ru

РЕЗЮМЕ

Под электронным правительством понимается бесперебойное и безопасное выполнение обязанностей и услуг государства по отношению к своим гражданам в электронных средах связи и эксплуатации, а также обязанностей и услуг граждан перед государством. Концепция электронного государства, которая начинает приобретать все большее значение, особенно с усилиями по реструктуризации управления, представляет собой концепцию, которая относится к интегрированной стратегии, процессу, организации и технологии. Электронное правительство-это исследование технологий, в котором отношения между электронным гражданином и электронным правительством основаны на

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

концепции взаимного обслуживания. На сегодняшний день уровень развития информационных технологий находится на столь высоком уровне, что в большинстве государственных органов широко используется система электронного правительства, которая служит благосостоянию населения страны.

Основная цель внедрения электронного правительства-устранение бюрократии на государственном уровне. То есть здесь устраняется принцип иерархии, и общество может более комфортно обращаться к органам власти. Другой ключевой целью здесь является повышение эффективности. Под повышением этой эффективности подразумевается, что, если граждане обращаются в правительственные учреждения в электронном виде, эти органы могут принимать более эффективные и адекватные решения. То есть услуги, качество обслуживания которых будет повышено и которые начнут реализовываться в интернет-среде, обеспечат доставку концепции обслуживания гражданам на определенном уровне качества и стандартизированным способом. Кроме того, еще одной целью внедрения системы электронного правительства является минимизация случаев коррупции. Следовательно, при внедрении системы электронного правительства предотвращается посещение обществом государственных органов, а также прямой контакт с этими лицами. Однако на первый план выходят такие элементы, как расширение полномочий малых учреждений, повышение уровня обслуживания и, как следствие, привлечение особого внимания государственных органов к гражданину.

Статья посвящена анализу состояния внедрения электронных услуг в системе государственного управления в Азербайджане. В исследовании была взята история внедрения электронных услуг в Азербайджанской Республике, а также постановления и указы, которые способствовали внедрению этой системы. Кроме того, в качестве примера была приведена деятельность ряда государственных структур, пользующихся услугами электронного правительства в Азербайджанской Республике. Здесь особенно подробно показана деятельность таких государственных учреждений, как Министерство здравоохранения, Министерство образования, Государственный экзаменационный центр, Верховный Суд, которые предоставляют электронные услуги на высоком уровне. Именно на основе деятельности этих и других структур в Азербайджанской Республике с 2001 года и по настоящее время отмечено высокое развитие уровня предоставления электронных услуг, и эти показатели иллюстрируются изображениями.

Ключевые слова: электронное правительство, государственное управление, гражданин, электронная услуга, информационные технологии.

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-296

E-ISSN: 2674-5224
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
309-320 VOLUME 27 ISSUE 04 2023

DETECTION OF VIOLATIONS OF THE LAW IN THE TAX SPHERE AND TAKING MEASURES TO COMBAT THIS PROCESS

Rashad Maharramov[1], Sahin Mammadov[2]
[1,2]Department of Economics and Technological Sciences, [1,2]Azerbaijan State University of Economics
[1]Doctor of Philosophy in Political Science
[2]Master student, sahin.memmedov.2000@inbox.ru

ABSTRACT

Types of tax violations are conventionally divided into areas of focus related to incorrect tax accounting, non-fulfillment of tax obligations and obstruction of the work of fiscal authorities, violation of the established procedure for calculating profits, concealment or underestimation, delay in the transfer of taxes. Financial sanctions for tax reduction and other tax offenses are reflected in Article 58 of the Tax Code, and the procedure for receiving financial sanctions for violation of tax legislation is reflected in Article 52 of the Tax Code. they find ways. In this regard, the tax system and tax authorities should promptly adapt to the tax evasion schemes created to identify these schemes and create conditions for the entry of taxes into the budget. Elimination of a tax offense is carried out during the summarization of the results of tax audits within the framework of tax control. In this regard, the basis of the improvement of the system of prevention of considered illegal acts should be a complex system for increasing the efficiency of tax control. Some trends in the development of this system have already been noted. Information on tax offenses, summarized by tax authorities and regularly transmitted to the Ministry of Finance, can be useful for the country's government. Organizational reasons also include the division of known departments of potential entities to prevent tax violations. Thus, the lack of consistency in the actions of tax authorities, internal affairs authorities, investigative bodies, and prosecutors significantly increases the criminogenic situation in tax and legal relations.

It is necessary to distinguish between tax evasion and opportunities for natural persons to reduce their tax obligations by legal means. For these purposes, the state develops various mechanisms that allow drawing a line between the legal and illegal behavior of persons, which are mentioned in the legal doctrine as rules for combating tax evasion. It should be noted that these rules can either be established by court precedent or incorporated into legislation by the legislature. Adequate organization for the detection of tax offenses in modern conditions is possible only with the combination of the forms and methods of tax control provided for in the Tax Code and operational-search activities. In connection with the integration of Azerbaijan into the world economy, the ratification of many international documents, including documents on the fight against international crimes, it is important to apply the experience of other countries in the fight against tax violations.

At each stage of the formation of the Azerbaijani society, it is of great importance to study the circumstances that facilitate the commission of tax offenses and crimes in order to reduce their number in a controlled manner. Tax evasion is widespread all over the world and is the main reason for non-payment of taxes to the budget. The growth of tax crimes has high dynamics, so according to some estimates, it is characterized as catastrophic.

Against the background of crisis events in the global and national economies, the current stage of development of the state of Azerbaijan cannot pass successfully from the financial point of view

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

without the proper attention of the state to the circumstances that cause the deviant behavior of taxable persons. However, it should be noted that it is impossible to imagine the effectiveness of the fight against tax law violators without a qualitative understanding of the reasons and conditions that determine their behavior in tax law relations. The study of these conditions allows us to deeply understand their nature and to counter them with scientifically developed preventive measures. Based on this, the most important direction of the fight against law violations, including tax crimes, is their prevention. Taxpayers are finding new ways to reduce their tax liability, evade taxes and transfer income to the shadow economy. In this regard, the tax system and tax authorities should promptly adapt to the tax evasion schemes created to identify these schemes and create conditions for the entry of taxes into the budget.

Tax offenses are a very common phenomenon in both developing and already developed economies. The fight against these illegal actions is one of the main tasks of the tax authorities of the Republic of Azerbaijan. The most important feature of the modern Azerbaijani tax system is the increase in the scale and diversity of tax offenses and the development of the shadow business sector. Tax offenses and crimes, including sanctions and administrative errors, are no less dangerous because they affect the interests of the state and threaten the country's economic security. Tax relations create tax rights. The rights and duties of each side of tax relations are reflected in the relevant legislative acts. Although the rights and duties are reflected in the tax legislation, most taxpayers violate the requirements of the law due to ignorance. Sometimes, strict administrative measures in the field of taxation, as well as high tax rates, open the way for tax evasion. The article investigates and analyzes ways of detecting and preventing tax law violations.

Keywords: tax, law violation, crisis conditions, tax optimization, tax administration.

VERGİ SFERASINDA QANUN POZUNTULARININ AŞKAR EDİLMƏSİ VƏ BU PROSESLƏ MÜBARİZƏ APARMAQ ÜÇÜN TƏDBİRLƏRİN GÖRÜLMƏSİ

Rəşad Məhərrəmov[1], Şahin Məmmədov[2]
[1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]Siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru
[2]Master student, sahin.memmedov.2000@inbox.ru

XÜLASƏ

Müasir şəraitdə vergi hüquqpozmalarının aşkar edilməsi üçün adekvat təşkilat yalnız Vergi Məcəlləsində nəzərdə tutulmuş vergi nəzarətinin forma və üsullarının və əməliyyat-axtarış fəaliyyətinin birləşməsi ilə mümkündür. Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası, bir çox beynəlxalq sənədlərin, o cümlədən beynəlxalq cinayətlərə qarşı mübarizəyə dair sənədlərin ratifikasiyası ilə əlaqədar vergi hüquqpozmalarına qarşı mübarizədə digər ölkələrin təcrübəsinin tətbiqi aktualdır. Azərbaycan cəmiyyətinin formalaşmasının hər bir mərhələsində vergi hüquqpozmalarının və cinayətlərinin törədilməsinə şərait yaradan halların öyrənilməsi onların sayının nəzarətli şəkildə azalması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bütün dünyada vergidən yayınma geniş vüsət alıb və vergilərin büdcəyə ödənilməməsinin əsas səbəbidir. Vergi

cinayətlərinin artımı yüksək dinamikaya malikdir, buna görə də bəzi hesablamalara görə, o, fəlakətli kimi səciyyələndirilir.
Qlobal və milli iqtisadiyyatlardakı böhran hadisələri fonunda Azərbaycan dövlətinin hazırkı inkişaf mərhələsi, vergi tutulan şəxslərin deviant davranışına səbəb olan hallara dövlətin lazımi diqqəti olmadan maliyyə nöqteyi-nəzərindən uğurla keçə bilməz. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, vergi hüquq normalarını pozanlara qarşı mübarizənin səmərəliliyini onların vergi hüquq münasibətlərində davranışını şərtləndirən səbəb və şərtləri keyfiyyətcə dərk etmədən təsəvvür etmək mümkün deyil. Bu halların tədqiqi onların mahiyyətini dərindən dərk etməyə və elmi cəhətdən işlənmiş qabaqlayıcı tədbirlərlə onlara qarşı durmağa imkan verir. Buna əsaslanaraq, hüquqpozmalara, o cümlədən vergi sahəsində cinayətlərə qarşı mübarizənin ən mühüm istiqaməti onların qarşısının alınmasıdır.
Açar sözlər: vergi, qanun pozuntusu, böhran şəraiti, vergilərin optimallaşdırılması, vergi inzibatçılığı

Giriş

Vergi qanunvericiliyində pozuntuların aradan qaldırılması üçün bütün qeyri-müəyyən və dəqiq olmayan müddəaların, normalar arasında müxtəlif uyğunsuzluqların və ziddiyyətlərin aradan qaldırılması, həm də vergi orqanlarına məlum olan yeni vergi sxemlərinin yaradılmasına və istifadəsinə səbəb olan bir sıra məsələlərin həlli zəruridir. Xarici dövlətlərin səlahiyyətli orqanları ilə mübadilə mexanizminin təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutan beynəlxalq şirkətlər qrupları üzrə vergi məlumatlarının avtomatik mübadiləsinin genişləndirilməsini təmin etmək lazımdır. Beləliklə, hazırda Azərbaycan Respublikasının büdcə sisteminin büdcə gəlirləri üçün müsbət nəticələr verəcək vergi pozuntularının qarşısının alınmasına yönəlmiş bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir.
Vergi sahəsində hüquqpozmalar həm inkişaf etməkdə olan, həm də artıq inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda çox yayılmış bir hadisədir. Bu qanunsuz hərəkətlərə qarşı mübarizə Azərbaycan Respublikasının vergi orqanlarının əsas vəzifələrindən biridir. Müasir Azərbaycan vergi sisteminin ən mühüm xüsusiyyəti vergi hüquqpozmalarının miqyasının və müxtəlifliyinin artması və kölgə biznes sektorunun inkişafıdır. Vergi hüquqpozmaları və cinayətləri, o cümlədən sanksiya və inzibati xətalar da heç də az təhlükəli deyil, çünki onlar dövlətin mənafeyinə toxunur və ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini təhdid edir.

Məqsəd

Məqalənin yazılmasında məqsəd vergi qanun pozuntularının aşkar edilməsi və qarşısının alınması yollarını öyrənməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Hazırda vergi qanunvericiliyi sahəsində hüquqpozmaların tədqiqi müəyyən edilmiş qanunvericilik normalarının köməyi ilə onların ayrı-ayrı növlərinə qarşı məsuliyyətin tətbiqinin müasirləşdirilməsi məqsədilə həllini gözləyən bir sıra problemlər aşkar etmişdir, çünki burada vergi inzibatçılığının təkmilləşdirilməsi nəzərdə tutulur. Azərbaycan Respublikasının büdcəsinin tamlığının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin tərkib hissəsidir. Bu da tədqiqatın aktuallığını şərtləndirir.

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz, təsnifat, sintez, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə vergi hüquq pozuntularının tərkibi və onların qarşısının alınması yollarını öyrənmək mümkün olmuşdur.

Böhran şəraiti vergi inzibatçılığı və nəzarəti üsullarının təkmilləşdirilməsini tələb edən iqtisadi vəziyyət yaradır. Vergi hüquqpozmaları ictimai təhlükəli sosial-hüquqi hadisədir, o cümlədən cinayətlərin növləri, obyekti vergilərin və cinayət qanunu ilə qorunan digər icbari ödənişlərin tutulması prosesi, habelə onların büdcələrə vaxtında və tam ödənilməsinə nəzarət etməkdir.

Vergilərin gizlədilməsi və vergi tutulan mənfəətin aşağı qiymətləndirilməsi üsulları, o cümlədən kiçik sahibkarlıq subyektləri arasında əvvəllər rast gəlinməyən üsullar geniş yayılmaqdadır. İqtisadi pozuntuların digər üsulları ilə müqayisədə rəsmi qeydə alınan qanunsuz vergidən yayınma hallarının payı nisbətən kiçik görünə bilər, bu proseslərin dinamikası təhlükəli görünür (https://elibrary.ru/download/elibrary_42756695_38363625.pdf).

Hüquq pozuntularının səbəbi insanın öz maraqlarını, istəklərini, emosiyalarını qeyri-qanuni (qanunsuz) yolla təmin etmək (və ya göstərmək) istəyidir. Bu səbəb əbədidir, çünki bütün zamanları, xalqları, dövlətləri, hüquq sistemlərini müşayiət edir. Hərəkətlərin qanunsuzluğu, onların qanunvericiliklə qiymətləndirilməsi dəyişdi, lakin törədilmiş hüquqpozmaları yalnız yuxarıda göstərilən səbəblə izah etmək olar. Səbəbi təşkil edən, onun hərəkətini gücləndirən və ya zəiflədən şərtlər çox müxtəlifdir. Onların aradan qaldırılması hüquq pozuntularının qarşısının alınması və onlarla mübarizənin əsas yoludur (Bobrinev R.V. 2015: s. 257).

Vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə məsuliyyət Vergi Məcəlləsinin 5-ci fəslini əhatə edir. Bu fəsildə Maddə 53 vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə məsuliyyətin ümumi əsaslarını şərh edir. Burada qeyd olunub: "Bu Məcəllə ilə müəyyən edilmiş vergi ödəyiciləri, vergi agentləri və onların nümayəndələri, habelə vergi orqanlarının vəzifəli şəxsləri vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə bu Məcəllə, Azərbaycan Respublikasının İnzibati xətalar Məcəlləsi, Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsi və Azərbaycan Respublikasının digər qanunları ilə müəyyən edilmiş qaydada məsuliyyət daşıyırlar. Vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə vergi ödəyicilərinə və vergi agentlərinə bu Məcəllə ilə müəyyən edilmiş maliyyə sanksiyaları və faizlər tətbiq edilir" (https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi).

Vergi tutulan şəxslərin ictimai təhlükəli davranışını müəyyən edən amillərin müxtəlif növləri haqqında mövcud elmi biliklərə əsaslanaraq, vergi hüquqpozmalarının törədilməsinə şərait yaradan halları və vergi hüquqpozmalarının törədilməsinə şərait yaradan halları əlavə olaraq nəzərdən keçirmək məqsədəuyğun görünür. Üstəlik, birincilər çox vaxt bir çox vergi cinayətlərini qabaqlayır və müvafiq cinayət əməllərinin törədilməsi ilə eyni ictimai münasibətlərə zərər vurur. Maliyyə hüququ sahəsində fransız mütəxəssisi P.M. Qodme vergidən yayınmanın aşağıdakı səbəblərini müəyyən etmişdir: mənəvi, siyasi, iqtisadi və texniki (Godme P.M., 1978: s. 399 – 406). Tanınmış rus alimi İ.İ.Kuçerov hesab edir ki, vergi cinayətlərinin səbəblərini iqtisadi, siyasi, texniki, mənəvi, hüquqi və təşkilati səbəblərə bölmək olar. L.M. Şerbakova, O.P. Belaya və V.N. Bosakov vergidən yayınan şəxsin cinayətkar davranışını müəyyən bir zamanda stimullaşdırıcı sosial-iqtisadi, siyasi, təşkilati-idarəetmə və digər situasiyalardan asılı olaraq şəxsin konkret reaksiyası kimi təsnif edirlər (Sherbakova L.M., Belaya O.P., 2012: s. 19).

Yuxarıda göstərilən nöqteyi-nəzərdən göründüyü kimi, elmi ictimaiyyətin bu nümayəndələri vergi tutulan şəxslərin qanunsuz davranışının kriminogen determinantlarının əsas növlərinin müəyyən edilməsində həmrəydirlər.

Vergi hüquqpozmalarının və iqtisadi xarakterli cinayət halları böyük əhəmiyyət kəsb edir. Böyük ölçüdə onları həm də Azərbaycanda formalaşmaqda olan vergi sisteminin özü şərtləndirir. Mütəxəssislərin fikrinə görə Azərbaycan vergi sisteminin çatışmazlıqlarından biri də ondan ibarətdir ki, qanunvericilər və hökumət istehsalın və sahibkarlığın inkişafını stimullaşdırmaqla vergitutma bazasını genişləndirməyə bir o qədər də səy göstərmir, əksinə, büdcəni tarazlaşdırmağa və beləliklə, vergitutma bazasını genişləndirməyə çalışır, bununla da vergilərin fiskal funksiyası stimullaşdırıcıdan üstün olmağa başlayır. Dövlət vergilər qoymaqla qarşısında duran vəzifələrin həlli üçün özünü maddi baza ilə təmin etməyə çalışır. Bununla əlaqədar olaraq, fiskal funksiya vergitutmanın əsas funksiyasıdır ki, onun vasitəsilə vergilərin əsas məqsədi həyata keçirilir: dövlətin maliyyə resurslarının formalaşdırılması və səfərbər edilməsi, ümummilli və ya məqsədli dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi üçün büdcədə vəsaitlərin toplanması (Bobrinev R.V. 2015: s. 259).

Dövlətin bu proqramların həyata keçirilməsini təmin etmək, öz vətəndaşlarının işləmək, bu işin əvəzini ödəmək və s. konstitusiya hüquqlarını təmin etmək iqtidarında olmadığı şəraitdə vətəndaşlarda belə bir təəssürat yaranır ki, dövlət vergiləri yalnız öz maraqları üçün müəyyən edir. Vergi münasibətlərində dövlətin davranışının məqbul olması ondan ibarətdir ki, vergilər eyni zamanda büdcəni doldurmalı və istehsalı sıxışdırmamalıdır. Bu məqsədə nail olmaq ilk növbədə vergi yükünün azaldılması və dövlətdə sadə və şəffaf vergitutma sisteminin mövcudluğu ilə bağlıdır.

Vergidən yayınmanın siyasi səbəbləri vergitutmanın tənzimləyici funksiyası ilə bağlıdır ki, onun vasitəsilə dövlət konkret sosial və ya iqtisadi siyasət həyata keçirir. Vergi qanunvericiliyinin normalarına əməl etməməklə qarşı bu cür siyasətin yönəldildiyi şəxslər dominant qrupa müəyyən müqavimət göstərirlər. Bir tərəfdən, vergi nəzarətinin forma və üsullarının qeyri-kamilliyi vergidən yayınmaya səbəb olan texniki xarakterli determinantlara aid edilir. Digər tərəfdən, vergi nəzarətinin qınanması ümumilikdə nəzarət ideologiyasının və möhkəm təşkilati təməlin olmamasından irəli gəlir. Nəzarətin dərinliyi nizam-intizamdan asılıdır ki, onun mahiyyəti vergi ödəyicilərinin vergilər və ödənişlər haqqında qanunvericiliyə əməl etmələri, qanunla müəyyən edilmiş vergi və ödənişləri vaxtında və tam həcmdə ödəmələridir (Bobrinev R.V. 2015: s. 259).

Azərbaycan Respublikasında iqtisadi fəaliyyət sahəsi üzrə qeydə alınmış cinayətlər aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

Cədvəl 1. İqtisadi fəaliyyət sahəsi üzrə qeydə alınmış cinayətlər.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Qeydə alınmış cinayətlərin sayı - cəmi	914	1 058	1 156	1 244	938	1 223
o cümlədən:						
qanunsuz və yalançı sahibkarlıq	37	9	47	21	11	19
yekuna görə, faizlə	4.0	0.9	4.1	1.7	1.2	1.6
saxta pul və ya qiymətli kağızlar hazırlama, əldə etmə və ya satma	33	22	38	27	39	36
yekuna görə, faizlə	3.6	2.1	3.3	2.2	4.2	2.9
qaçaqmalçılıq	285	374	559	709	377	430
yekuna görə, faizlə	31.2	35.3	48.4	57.0	40.2	35.2

istehlakçıları aldatma və ya pis keyfiyyətli məhsul istehasal etmə və satma	22	8	18	32	32	10
yekuna görə, faizlə	2.4	0.8	1.5	2.6	3.4	0.8
vergiləri, işsizlikdən sığorta, icbari tibbi sığorta və ya məcburi dövlət sosial sığorta haqlarını ödəməkdən yayınma	356	496	246	225	263	564
yekuna görə, faizlə	38.9	46.9	21.3	18.1	28.0	46.1
digər cinayətlər	181	149	248	230	216	164
yekuna görə, faizlə	19.9	14.0	21.4	18.4	23.0	13.4

Mənbə: https://stat.gov.az/source/crimes/

Cədvələ əsasən deyə bilərik ki, 2017-ci və 2021-ci illərdə vergiləri, işsizlikdən sığorta, icbari tibbi sığorta və ya məcburi dövlət sosial sığorta haqlarını ödəməkdən yayınma hallarının sayı müvafiq olaraq 496 və 564 olmaqlar digər illərlə müqayisədə daha çox olmuşdur. 2021-ci ildə qeyd olunan sahələr üzrə yayınma hallarının sayı əvvəlki ildən iki dəfədən də çoxdur. Bu ildəki vergiləri, işsizlikdən sığorta, icbari tibbi sığorta və ya məcburi dövlət sosial sığorta haqlarını ödəməkdən yayınma halları ümimi İqtisadi fəaliyyət sahəsi üzrə qeydə alınmış cinayətlərin 46.1%-ni təşkil etmişdir. Bu bir daha vergi nəzarətinin təkmilləşdirilməsi zərurətini sübut edir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslərin bir çoxu mühasibat uçotu və vergi uçotu üçün nəzarət-kassa aparatları, kompüterlər və onlara aid proqramların alınması və vergi orqanlarına müvafiq hesabatların təqdim edilməsi, binaların icarəyə götürülməsi, vergilərin ödənilməsi kimi əlavə əmlak yükünü daşımaq istəməyərək vergi orqanlarında uçota durmurlar. Bəzi qanuni işləyən vergi ödəyiciləri ən son fərdi kompüterlərlə və ilkin sənədlərin uçotunun avtomatlaşdırılması üçün zəruri olan vergi orqanları tərəfindən həyata keçirilməsi üçün təklif olunan proqramlarla işləməyi bacaran yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin çatışmazlığı ilə üzləşirlər. Onların bir çoxu öz fəaliyyətlərində yeni texniki vasitələrdən istifadə etmir. Buna səbəb onların baha olması və artıq qeyd edildiyi kimi, onların istismarı və təmiri üçün təlim keçmiş kadrların olmamasıdır.

Vergi qanunvericiliyinin pozulmasının mənəvi (mənəvi-psixoloji) hallarını nəzərə alan bir çox müəlliflər vergi ödəyicilərinin mövcud vergi sisteminə şəxsi, neqativ münasibətinə, hüquqi və vergi mədəniyyətinin aşağı səviyyəsinə, habelə eqoist motivasiyanın hipertrofiyasına diqqət yetirirlər. Onların fikrincə, vergi pozuntularının və cinayətlərinin əsas səbəbi mənəvi amillərdir. Etiraf etmək lazımdır ki, Azərbaycanda aparılan sosial-iqtisadi islahat, bunun nəticəsi olaraq, cəmiyyətin mənəvi əsaslarını sarsıtdı, kütləvi ictimai şüurun və ictimai əxlaqın əhəmiyyətli deformasiyalarına səbəb oldu.

İ.N. Solovyov vergi cinayətinin səbəblərini vergi hüquq münasibətlərinin mahiyyətində axtarmağı təklif edir ki, bu da qazanılanın bir hissəsini dövlətə verməklə bağlı ictimai-hüquqi öhdəliyi nəzərdə tutur. Bir çox potensial vergi ödəyiciləri belə bir vəzifəni tanımaq istəmir, həmçinin vergi daxilolmalarının vaxtında və tam olmasının büdcələrə və dövlətin rifahından, iqtisadiyyatda sabitlikdən və sosial siyasətdən asılılığını dərk etmirlər (Sherbakova L.M., Belaya O.P., Bosakov V.N., 2012).

T.V. Raskina haqlı olaraq qeyd edir ki vergi və ödənişlərin yığılmasının nəticələri real, sosial əhəmiyyətli tələb olunan layihələr olmalıdır; əhalinin təhsil, tibb və digər sahələrdə aldığı dövlət

xidmətlərindən razılığı; əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, ən çox və ən az təminatlı vətəndaşlar arasında fərqlərin azaldılması. Əks halda, İ.İ.Kuçerov düzgün qeyd etdiyi kimi, "iqtisadi vəziyyətdən və maliyyə böhranının çətinliyindən asılı olmayaraq, büdcə qarşısında öz vəzifələrini yerinə yetirərkən təsərrüfat subyektləri əsasən dövlət üslubunu kopyalayırlar. Qəribədir ki, mənəvi amil həqiqətən də iqtisadiyyatda mühüm rol oynayır: dövlət öz öhdəliklərini, o cümlədən büdcənin xərc hissəsini yerinə yetirməklə (və ya yerinə yetirməməklə) bununla da vergi ödəyicilərinə əsl nümunə göstərir" (Mayburov I.A., 2012: s. 183).

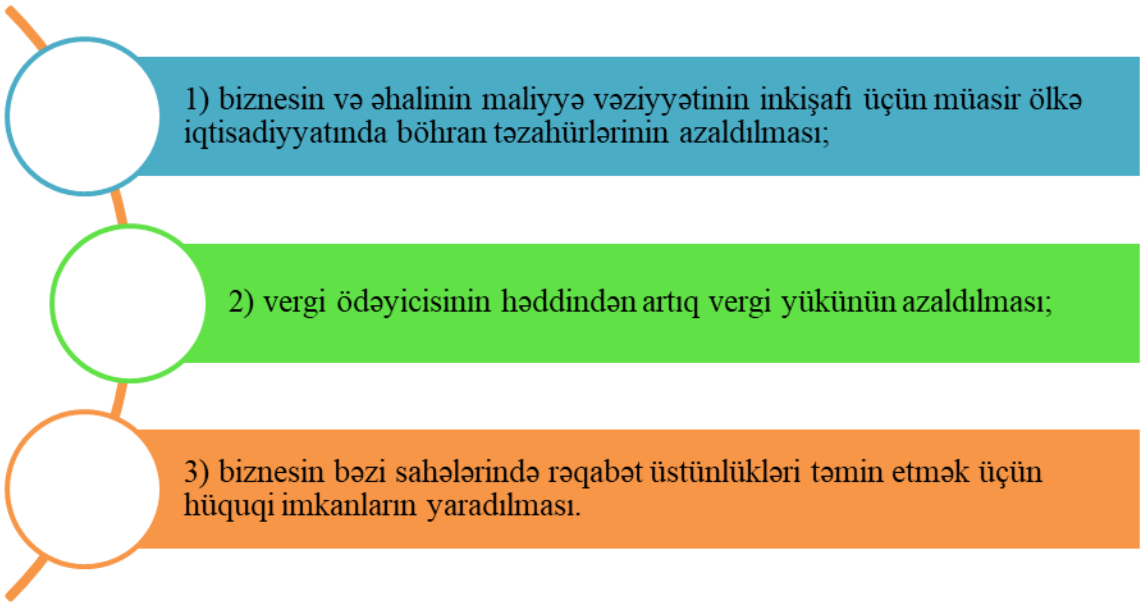
Vergi hüquqpozmalarının və hüquqi xarakterli cinayətlərin törədilməsi halları bir sıra alimlər tərəfindən mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onların arasında daxili vergi və cinayət qanunvericiliyinin qeyri-sabitliyi ilə yanaşı, uyğunsuzluğu da var. Belə ki, vergilər və ödənişlər haqqında qanunvericiliyin çətinliyi, mürəkkəbliyi, bəzən çaşqınlığı təkcə vergidən bilərəkdən yayınmalara deyil, həm də vicdanlı vergi ödəyicilərinin müxtəlif növ səhvlərin buraxılmasına səbəb olur. Vergilər və rüsumlarla bağlı mövcud qanunvericilikdə mütəmadi dəyişikliklər sahibkarlar üçün də əlavə çətinliklər yaradır. Mühasiblərə və auditorlara çox pul xərcləmədən səhvlərdən qaçmaq getdikcə çətinləşir. Belə ki, qeyd olunan hallar ilk növbədə vicdanlı vergi ödəyicilərinin maddi vəziyyətinə mənfi təsir göstərir. Vergi hüquq münasibətlərində qeyri-qanuni yönümlü şəxslər üçün bu cür dəyişikliklər yalnız eqoist məqsədlər üçün vergi qanunvericiliyinin pozulması motivini artırır.

Vergi, cinayət və cinayət-prosessual qanunvericiliyində mövcud hüquqi ziddiyyətlər vergi hüquqpozmalarının vəziyyətinə mənfi təsir göstərir. M.N. Kobzar-Frolova vergi pozuntuları məsələlərini araşdıraraq belə nəticəyə gəlir ki, bu gün əsas təşkilati səbəb vergi yoxlamalarında bilavasitə iştirak edən vergi orqanlarının mütəxəssislərinin və işləri həll etmək üçün müvafiq məhkəmələrdə mübahisələrin baxılması üçün bilavasitə hazırlayan vergi orqanlarının hüquq bölmələrinin hərəkətlərində uyğunsuzluqdur (Kobzar-Frolova M.N., 2010: s. 168). Bildirilən fikirlərlə razılaşaraq hesab edirik ki, təşkilati planın vergi hüquqpozmalarını və cinayətlərini müəyyən edən amillər arasında vergilər və ödənişlər haqqında qanunvericiliyin pozulmasına şərait yaradan halların vergi xidməti tərəfindən müəyyən edilməməsi də nəzərə alınmalıdır.

Vergi orqanları tərəfindən ümumiləşdirilmiş və mütəmadi olaraq Maliyyə Nazirliyinə ötürülən vergi hüquqpozmalarının törədilməsinə şərait yaradan məlumatlar ölkə hökuməti üçün faydalı ola bilər. Təşkilati səbəblərə həmçinin vergi hüquq pozuntularının qarşısının alınması üçün potensial subyektlərin məlum departamentlərinin bölünməsi də daxildir. Belə ki, vergi orqanlarının, daxili işlər orqanlarının, təhqiqat orqanlarının, prokurorların hərəkətlərinin ardıcıl olmaması vergi hüquq münasibətlərində kriminogen vəziyyəti xeyli artırır. Bu, bəzi alimlərin qeyd etdiyi kimi, prokurorların vergi nəzarətinin həyata keçirilməsi üzrə öz vəzifələrinin vergi orqanları tərəfindən demək olar ki, hamı tərəfindən lazımınca yerinə yetirilməməsi faktlarını müəyyən etdiyi şəraitdə xüsusilə təhlükəlidir. Vergi hüquq münasibətlərində qeyri-qanuni davranışa səbəb olan halların nəzərdən keçirilməsini yekunlaşdıraraq qeyd etmək lazımdır ki, onların siyahısı yekunlaşmır (Kochkarov A.A., 2011: s. 31).

Sxem 1. Vergi cinayətlərinin həllinin iqtisadi yolları

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023


1) biznesin və əhalinin maliyyə vəziyyətinin inkişafı üçün müasir ölkə iqtisadiyyatında böhran təzahürlərinin azaldılması;
2) vergi ödəyicisinin həddindən artıq vergi yükünün azaldılması;
3) biznesin bəzi sahələrində rəqabət üstünlükləri təmin etmək üçün hüquqi imkanların yaradılması.

Mənbə: https://elibrary.ru/download/elibrary_42756695_38363625.pdf

Vergi orqanları hazırda vergi ödəyicilərinin səyyar vergi yoxlamaları ilə hərtərəfli əhatə olunmasından istifadə etmirlər, lakin vergi hüquqpozmalarının risk zonaları deyilənləri təhlil edirlər (Chernikova S.V., 2018: s. 177-179). Bununla belə, vergi hüquqpozmalarının səbəbləri və şərtləri qanunvericilik növlərinin məcmusunun mükəmməl olmaması ola bilər. Cəzaların tətbiq edilməsinin artırılması üçün inzibati və vergi qanunvericiliyinin xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsi hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı prosedurunun sərtləşdirilməsi və fəaliyyət göstərməyən şirkətlərin ləğvi prosedurunun sadələşdirilməsi şəklində müvafiq tədbirlərin işlənib hazırlanmasına əsas olacaq. Vergi ödəyicilərinin vergi hüquqpozmalarını törətmək imkanlarını minimuma endirmək üçün bəzi dəyişikliklərin tətbiqi mümkündür:
- onların aşkar edilməsi üçün analitik vasitələrin işlənib hazırlanması və vergi öhdəliklərinin könüllü icrası üçün stimulların yaradılması;
- mübahisələrin məhkəməyə qədər həlli sisteminin genişləndirilməsi;
- informasiya açıqlığının inkişaf etdirilməsi məqsədilə daha təkmil elektron qarşılıqlı əlaqədən və uzaqdan çıxışdan istifadə etməklə bir sıra xidmətlərin paylanması (Musayeva X.M., Sirajudinova S.I., Kerimova Z.A., 2018: s. 848).
Vergi hüquqpozmalarının qarşısının alınması sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərindən biri də mövcud iqtisadi vəziyyətə adekvat olan qanun pozuntularına görə məsuliyyət sistemində dəyişikliklərin olması zərurətidir. Belə ki, A.B. Zolotareva və A.V. Kireeva göstərdi ki, həm Vergi Məcəlləsində, həm də İnzibati Xətalar Məcəlləsində vergi hüquqpozmalarının törədilməsinə görə məsuliyyət normalarının birləşdirilməsi həm təşkilat, həm də onun vəzifəli şəxsləri üçün ikiqat məsuliyyətin formalaşmasına gətirib çıxarır (Zolotareva A.B., Kireyeva A.V. 2016: s. 122). İnzibati vergi hüquqpozmalarını cinayətlərdən ayırmaq da çətindir. Qanunvericilikdə bu istiqamətdə islahatların aparılması qeyri-qanuni vergi aktlarına görə mütənasib məsuliyyətin cəlb edilməsinə töhfə verən mühüm tendensiyaya çevrilməlidir ki, bu da qanuna tabeçiliyi artıracaq və nəticədə vergi hüquqpozmalarının və törədilmiş cinayətlərin sayını azaldacaq. Beləliklə, vergi

hüquqpozmalarının araşdırılması sisteminin təkmilləşdirilməsi üçün bir sıra istiqamətləri formalaşdırmaq mümkündür:
1) vergi müfəttişliyi, Daxili İşlər Nazirliyi və ya ibtidai araşdırmanın aparılması qaydasını tənzimləyən normativ hüquqi aktın qəbul edilməsi;
2) ixtisaslaşmış hüquq-mühafizə orqanının formalaşdırılması və vergi hüquqpozmalarının aşkar edilməsi və qarşısının alınması üçün səlahiyyətlərin verilməsi;
3) vergi hüquqpozmalarına qarşı mübarizə aparmaq üçün kadrların peşə hazırlığı, yenidən hazırlanması və ixtisasartırma sisteminin təkmilləşdirilməsi;
4) vergi hüquqpozmalarına görə məsuliyyəti sərtləşdirmək və vergi, inzibati və cinayət hüquqpozmaları arasında aydın fərq qoymaq;
5) vergi pozuntularına qarşı mübarizədə səmərəli beynəlxalq təcrübənin tətbiqini davam etdirmək (Tamshov I.A.. 2018: s. 64).
Səlahiyyətli orqanlar tərəfindən təmsil olunan dövlət, təbii ki, vergi hüquqpozmalarından düzgün hüquqi müdafiənin təşkilinin vacibliyini dərk edir. Bu istiqamətdə addımlar atılır. Eyni zamanda, problemin qlobal xarakter daşıması qeyri-qanuni vergi hərəkətlərinin aşkarlanması və qarşısının alınması üçün effektiv sistemin formalaşdırılmasının davam etdirilməsini tələb edir. Əlverişli tendensiyalar artıq həyata keçirilən fəaliyyətlərlə məhdudlaşmamalıdır. Yalnız vergi, inzibati və cinayət qanunvericiliyinin daim təkmilləşdirilməsi, tənzimləyici orqanların işinin, habelə cinayətlərin qarşısının alınması üsullarının təkmilləşdirilməsi həm ayrı-ayrı dövlətin, həm də dünya birliyinin vergi pozuntularından adekvat səviyyədə müdafiəsini təmin edə bilər.
Vergi cinayətlərinin həllinin siyasi yolları aşağıdakılardır:
1) qeyri-sabit və ağır vergi qanunvericiliyi balansının təkmilləşdirilməsi;
2) müəyyən verginin hesablanması və ödənilməsi qaydasını müəyyən edən hüquq normalarının məcmusuna aid olan fərdi vergi mexanizmlərinin fəaliyyətinin
səmərəliliyinin artırılması.
Vergi cinayətlərinin açılmasının təşkilati yolları aşağıdakılardır:
1) qanunvericilik orqanı olan vergi orqanları, vergi nəzarəti orqanları və digər tənzimləyici orqanlar arasında qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi;
2) ibtidai istintaq orqanlarının, məhkəmə hakimiyyətinin və arbitraj məhkəməsinin hərəkətlərinin uyğunsuzluğu ilə bağlı problemlərin həlli.
Vergi cinayətlərinin açılmasının texniki yolları bunlardır:
1) vergi nəzarətinin forma və üsullarından istifadə vərdişlərinin təkmilləşdirilməsi. Həddindən artıq cərimələrin tətbiqi, qanunsuz olaraq inzibati məsuliyyətə cəlb edilməsi, vergi orqanları tərəfindən qanunsuz nəzarət faktları olduqca xarakterikdir;
2) rəhbərlərin və mühasibat işçilərinin vergi məsələləri üzrə hazırlıq səviyyəsinin vaxtında artırılması.
Vergi cinayətlərinin həllinin mənəvi-psixoloji yolları bunlardır:
1) vergi xidmətinin fəaliyyətinə müsbət münasibət (vergi ödəyiciləri dairəsinin fiskal vergi sisteminin biznesin inkişafına və istehsalın artmasına səbəb olmadığına, əksinə, onun məhdudlaşdırılmasına və vergidən yayınmasına şərait yaratdığını bilirik);
2) Vergi ödənişlərinin büdcə vasitəsilə yenidən bölüşdürülməsi zamanı gəlirliliyin artırılması vergiyə sadiqlik səviyyəsinin azalmasına səbəb olur;
3) Bəzi vergi ödəyicilərinin davranışlarının eqoist motivlərinin azaldılması (https://elibrary.ru/download/elibrary_42756695_38363625.pdf).

Vergi qanunvericiliyinin transformasiyası çərçivəsində vergi hesabatlarının verilməsi və yaradılması prosedurlarının optimallaşdırılması probleminin həllinə ayrıca diqqət yetirmək vacibdir. Bu sahədə görülən tədbirlər aşağıdakıları əhatə edə bilər (Gulkova Ye.L., Pshenichnova Ye.A., 2019: s. 22):

- yeni mühasibat uçotu standartlarının onların qüvvəyə minməsinə ən azı 6 ay qalmış dərc edilməsi;
- vergi hesabatlarının yeni formalarının dərc edilməsi və ya onların qüvvəyə mindiyi tarixə və hesabat dövrünün başlanmasına azı 3 ay qalmış mövcud formalara dəyişikliklərin edilməsi və s.;
- vergi hesabatlarının yenidən təqdim edilməsi hallarının sayının azaldılması;
- vergi inzibatçılığı prosedurlarının optimallaşdırılması;
- vergi orqanları ilə vergi ödəyiciləri arasında məhkəmə çəkişmələrinin sayının azaldılması və s.

Qeyd edək ki, vahid metodoloji əsasda qurulmuş idarəetmə sisteminin yaradılması vergi qanun pozuntuları sahəsində qanunvericilik normalarının praktiki tətbiqində mübahisəli məsələlərin aradan qaldırılmasını təmin edəcək.

Nəticə

Azərbaycan Respublikasının müasir vergi sistemi dəyişikliklər və düzəlişlər tələb edir ki, bu da ilk növbədə zəruri edir:

- "vergilərin optimallaşdırılması" və "vergidən yayınma" anlayışları arasında fərq. Mübahisəli işlərdə bu anlayışları bir-birindən fərqləndirmək üçün bir sıra meyarlar hazırlamaq lazımdır;
- vergidən yayınma və ödənişlərin miqyasına ən çox təsir edən amilləri müəyyən etmək üçün Dövlət Vergi Xidmətinin nəzarət fəaliyyətinin prioritet istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;
- vergi ödəyiciləri tərəfindən ehtimal olunan vergidən yayınma hallarının proqnozlaşdırılmasında reytinq qiymətləndirmə metodundan istifadə edilməsi. Bu metodologiya səyyar vergi yoxlamaları planlaşdırılarkən riskli vergi ödəyiciləri qruplarının qiymətləndirilməsi üçün bütün meyarlar nəzərə alınmaqla vergi ödəyicilərini seçməyə imkan verir ki, bu da onların səmərəliliyini və effektivliyini artırmağa, habelə "şübhəli" ödəyici qruplarını formalaşdırmağa, hüquqi pozuntuların qarşısını almağa imkan verir;
- vergidən yayınma faktlarının aşkar edilməsində vergi və gömrük orqanlarının qarşılıqlı fəaliyyətinin sadələşdirilməsi, bu da vergi hüquqpozmalarına və cinayətlərə effektiv nəzarətin artırılmasına imkan verəcək;
- vergidən yayınma sxemləri aşkar edildikdə cəzanın sərtləşdirilməsi (cərimə məbləğinin artırılması, ödəyicilərin cinayət məsuliyyətinə cəlb edilməsi meyarlarının və tədbirlərinin genişləndirilməsi).

Beləliklə, vergi öhdəliklərini azaltmaq, vergilərdən yayınmaq və gəlirləri kölgə iqtisadiyyatına köçürmək üçün vergi ödəyiciləri yeni yollar tapırlar. Bununla əlaqədar olaraq, vergi sistemi və vergi orqanları bu sxemləri operativ şəkildə müəyyən etmək və vergilərin büdcəyə daxil olmasına şərait yaratmaq üçün yaradılmış vergidən yayınma sxemlərinə operativ şəkildə uyğunlaşmalıdırlar.

ƏDƏBİYYAT

1. Bobrinev R.V. Obstoyatelstva, sposobstvovavshiye sovershеniyu nalogovix prestupleniy i pravonarusheniy. Moskva, 2015
2. Godme P.M. Finansovoye pravo. Moskva, 2011

3. Gulkova Ye.L., Pshenichnova Ye.A. «Transformatsiya regulirovaniya otvetstvennosti za nalogoviye pravonarusheniya v Rossiyskoy Federatsii», Moskva, 2019.
4. Zolotareva A.B., Kireyeva A.V. Vozmozhniye puti reformirovaniya otvetstvennosti za narusheniya nalogovogo zakonodatelstva // Jurnal rossiyskogo prava. Moskva,2016.
5. Kobzar-Frolova M.N. Kontseptualniye osnovi teorii nalogovoy deliktnosti. Moskva, 2012
6. Kochkarov A.A. Prichini i usloviya nalogovix pravonarusheniy // Finansovoye pravo. Moskva, 2011
7. Mayburov I.A. Massoviy oportunizm nalogoplatelshikov kak sledstviye otsutstviya v nashem obshestve nalogovoy morali» // Nalogi i finansovoye pravo. Moskva, 2012
8. Musayeva X.M., Sirajudinova S.I., Kerimova Z.A. Dobrovolnaya uplata nalogovix platejey kak pokazatel effektivnosti deyatelnosti nalogovix organov Rossiyskoy Federatsii//Nalogi i nalogooblojeniye. Moskva, 2016
9. Tamshov I.A. «Aktualniye tendentsii viyavleniya i presecheniya pravonarusheniy v nalogovoy sfere: Vestnik Nauki i obrazovaniya», Moskva, 2018
10. Chernikova S.V. Analiz viyezdnix nalogovix proverok: puti sovershenstvovaniya i povisheniya rezultativnosti // Molodoy ucheniy. Moskva, 2018
11. Sherbakova L.M., Belaya O.P., Bosakov V.N. Psixologicheskiye chertilichnosti nalogovix prestupnikov // Kriminologicheskiy jurnal Baykalskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava. Moskva, 2012
12. https://stat.gov.az/source/crimes/
13. https://elibrary.ru/download/elibrary_42756695_38363625.pdf
14. https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi

ВЫЯВЛЕНИЕ НАРУШЕНИЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ И ПРИНЯТИЕ МЕР ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЭТОМУ ПРОЦЕССУ

Рашад Магеррамов[1], Шахин Мамедов[2]
[1,2]Кафедра Экономики и технологических наук, [1,2]Азербайджанский Государственный Экономический Университет,
[1]Доктор философии в области политических наук
[2]Магистрант, sahin.memmedov.2000@inbox.ru

РЕЗЮМЕ

В современных условиях адекватная организация выявления налоговых правонарушений возможна только при сочетании предусмотренных Налоговым кодексом форм и методов налогового контроля и оперативно-розыскной деятельности. Актуально применение опыта других стран в борьбе с налоговыми правонарушениями в связи с интеграцией Азербайджана в мировую экономику, ратификацией многих международных документов, в том числе документов по борьбе с международными преступлениями. Изучение обстоятельств, способствующих совершению налоговых правонарушений и преступлений на каждом этапе формирования азербайджанского общества, имеет большое значение для

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

контролируемого сокращения их числа. Уклонение от уплаты налогов широко распространено во всем мире и является основной причиной неуплаты налогов в бюджет. Рост налоговых преступлений имеет высокую динамику, поэтому по некоторым оценкам он характеризуется как катастрофический.

Нынешний этап развития азербайджанского государства на фоне кризисных явлений в мировой и Национальной экономиках не может успешно пройти с финансовой точки зрения без должного внимания государства к обстоятельствам, приводящим к девиантному поведению налогооблагаемых лиц. Однако следует отметить, что эффективность борьбы с нарушителями норм налогового права невозможно представить без качественного понимания причин и условий, обусловливающих их поведение в налоговых правоотношениях. Изучение этих случаев позволяет глубоко понять их сущность и противостоять им с помощью научно разработанных превентивных мер. Исходя из этого, важнейшим направлением борьбы с правонарушениями, в том числе преступлениями в налоговой сфере, является их предупреждение.

Ключевые слова: налог, правонарушение, кризисные условия, налоговая оптимизация, налоговое администрирование

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-309

E-ISSN: 2674-5224
321-331 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ADVERTISING AS AN ELEMENT OF THE STIMULATION COMPLEX

Muslimat Allahverdiyeva[1], Samira Mustafayeva[2]
[1,2] Department of Economics and Technological Sciences, [1,2] Azerbaijan State University of Economics,
[1]Doctor of Economic Sciences,
[2]Master student, samiramustafayeva20@gmail.com

ABSTRACT

In any case, it uses marketing communications to increase the effectiveness of the company's activities. The company is constantly looking for ways and methods to increase the effectiveness of its activity, while the company tries to achieve a higher result by replacing the means of stimulation. The formation of the stimulation complex is more complicated when it is possible to use one stimulation tool in the promotion of another. Advertising is considered the main tool of the stimulation complex and plays a very important economic function in the market, it affects the information of the public (consumers). It regulates the circulation of goods, creates an opportunity to create a competitive environment, improves quality and at the same time influences the buyer's consciousness and buyer behavior. In this connection, it is very important to study the specification of the influence of information flows on the economic development of the country. In addition, the advertising industry acts not only as an information structure of the market infrastructure, but also as a segment of the market life cycle.

Advertising - it is known that advertising is an effective and affordable way to reach buyers in different geographies at the cost of 1 advertising contact. Although many forms of advertising, such as television, require more resources, newspaper advertising requires less. It has specific qualities such as the public nature of advertising. So, the commodity is legal and generally accepted. The buyer knows that the motive that drives him in the purchase is met with public understanding; expressiveness - effective, conspicuous and perfect use of the color, sound, font of the advertisement of the company and its goods; privacy is not a private act, such as communicating with an advertising firm's salesperson. On the other hand, advertising can be used to create a long-term sustainable image of the product. Advertising can provide information about a commodity, help to raise awareness of its features, instruct potential buyers, give buyers confidence, and legitimize the commodity. The combination of personal selling with advertising makes it possible to increase sales.

The advertising market represents the sphere of commodity exchange where advertising services and advertising materials act as commodities. In this market, like other markets, the economy develops according to the law of supply and demand. The modern advertising market should be the object of more active advertising service activity. The advertising market has a very specific infrastructure, which includes various types of advertising, advertising media, advertisers, advertising objects, as well as structures and administrations that stimulate and regulate advertising activity. The structure of the advertising market is constantly changing under the influence of the general conjuncture of the country's economic domestic market. As a result of this, structural and quantitative changes can be expanded on separate advertising market elements, the system of regulation and organization of advertising activity, as well as means and types of advertising information expansion. The structure of the advertising market is different in different countries in the intersection of shares, prospective use of different advertising means and types.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

The article will analyze the main trends of the development of this structure in the advertising market of Azerbaijan. Advertising types in Azerbaijan are approaching international standards today. Advertisements are available in periodicals, company bulletins, from column ads to illustrations. As always, mass advertising brochures, catalogs, booklets, posters, leaflets, calendars are very popular. The number of billboards with large-format multi-sheet posters, permanent paints, multi-vision synchronized posters, video walls, panels with gas light fixtures is increasing. In cities, transit advertising tools are very popular in airports, railway stations, and subways. Advertisements in their interior halls are very popular. New trade companies and stores, taro firm packaging, special constructions, polyecrus, hangers, the emergence of modern showcases stimulate the growth of advertising at the point of sale. Significant changes have occurred in television and radio advertising. On-air advertising involves the use of computer graphics, animation technologies, the involvement of popular actors, spots, and various supports. Young Azerbaijani advertising, which is the leader among advertising broadcasting media, is television advertising in its unique field. Practically all advertising leaders in the Azerbaijani market owe their success to television.
Keywords: advertising, stimulation complex, advertising market, television ads, street ads.

REKLAM STİMULLAŞMA KOMPLEKSİNİN ELEMENTİ KİMİ

Müslumat Allahverdiyeva[1], Samirə Mustafayeva[2]
[1,2]"İqtisadi və texnoloji elmlər" kafedrası, [1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
[1]İqtisad elmləri doktoru
[2]Magistr tələbəsi, samiramustafayeva20@gmail.com

XÜLASƏ

Reklam bazarı reklam xidmətləri və reklam materillarının əmtəə kimi çıxış etdiyi əmtəə mübadiləsi sferasını özündə əks etdirir. Bu bazarda digər bazarlar kimi tələb və təklifdən aslı olaraq iqtisadi qanunauyğun olaraq inkişaf edir. Müasir reklam bazarı gərək daha aktiv reklam xidməti fəaliyyətinin obyekti olsun. Reklam bazarı çox spesfik infrastruktura malikdir ki, bura müxtəlif reklam növləri, reklam yayım vasitələri, reklam vericilər, reklam obyektləri, həm də reklam fəaliyyətini stimullaşdıran və tənzimləyən strukturlar, idarələr daxildir. Reklam bazarının strukturu daim ölkənin təsərrüfat daxili bazarının ümumi konyukturasının meyillərinin təsiri altında dəyişir. Bunun nəticəsində struktur və miqdar dəyişmələri ayrı-ayrı reklam bazarı elementlərinin, reklam fəaliyyətinin tənzimlənməsi və təşkili sistemi, həm də reklam informasiyasının genişlənməsi vasitəsi və növləri üzrə genişlənə bilər. Reklam bazarının strukturu payların kəsişməsində, müxtəlif reklam vasitələri və növlərinin prespektiv istifadəsində müxtəlif ölkələrdə fərqlidir. Məqalədə Azərbaycan reklam bazarında bu strukturun inkişafının əsas tendesiyalarını təhlil ediləcəkdir. Azərbaycanda reklam növləri beynəlxalq standartlara bu gün yaxınlaşır. Dövrü mətbuatda, firma bülletenlərində, rublika elanlarından, illüstrasiyalaradək reklam elanları mövcuddur. Həmişə olduğu kimi kütləvi cap reklamı prospektlər,kataloqlar, bukletlər, afişalar, plakatlar, vərəqlər, kolendarlar çox məşhurdur. İri formatlı çox vərəqli

plakatlar dayanıqlı boyalar, multivizyonlu sinxron plakatlar, videodivarlar, pannolar qaz işiqlı cardak qurğuları olan bilbordların sayı artır. Şəhərlərdə tranzit reklam vasitələri aeroportlarda, vağzallarda, metrolarda onların daxili salonlarında reklamlar çox məşhurdur.Yeni ticarət şirkətləri və mağazalar taro firma qablaşdırılması, xüsusi konstruksiyalar, poliekrular, asılqanlar müasir vitrinlərin ortaya çıxması satış yerində reklamın artımını stimullaşdırırlar. Televizya və radio reklamında əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verdi. Efir reklamında kompüter qrafikası, animasiya texnologiyalarının istifadəsi populyar aktyorların cəlb olunması ilə spotları rolikləri müxtəlif dayaqlar iştirak edir. Reklam yayım vasitələrindən liderlik edən gənc Azərbaycan reklamı özünəməxsus poliqonunda televizya reklamıdır. Praktiki olaraq Azərbaycan bazarında bütün reklam liderləri öz uğurlarına görə televiziyaya borcludurlar.
Açar sözlər: reklam, stimullaşma kompleksi, reklam bazarı, televiziya reklamları, küçə reklamları.

Giriş

Satış firmasının əsas məqsədi əhalinin tələbini öyrənmək, onun istədiyi əmtəəni onlara satmaqdan, onların məmnuniyyətini qazanmaqdan ibarətdir. Satış firmaları kommersiya müəssisələrdir. Onlar yalnız alqı və satqı ilə məşğul olurlar. Onların fəaliyyəti iki əsas əməliyyatlardan ibarətdir: ticarət əməliyyatları və texnoloji əməliyyatlar

Ticarət əməliyyatlarına alqı-satqı, reklam, stimullaşma (bu kompleksə aid digər elementlər) tələbin öyrənilməsi, proqnozlaşması və s. Biz bu əməliyyatları bütövlükdə marketinqə aid edə bilərik. Çünki marketinq kommersiyanın, satışın digər sahibkarlıq elementlərinin fəlsəfəsi hesab olunur. Texnoloji əməliyyatlar isə daşınma, saxlanma və digər digər əməliyyatlardır. Bu dissertasiya işində satış firmasının stimullaşması kompleksindən, onun nəzəri aspektlərinə müxtəlif yanaşmalara fərqli nəzəri baxışlara toxunmaq lazımdır. Bir satış firmasının əsas məqsədi bu elementlərdən əhəmiyyətinə və yerinə görə daha peşəkar formada istifadə etməklə satışı artırmaqdan ibarətdir. Bu elementlərdən ən birincisi və əsası reklamdır.

Məqsəd

Tədqiqatın əsas məqsədi satış firmasının reklam infrastrukturunun vəziyyətini təhlil etmək və satış firmaları üçün bu istiqamətdə təklif və tövsiyyələr hazırlamaqdan ibarətdir. Eyni zamanda Azərbaycanda reklam bazarının ümumi vəziyyətinə nəzər salmaq bu məqsəddən irəli gələn vəzifələrdəndir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir iqtisadiyyat bütün inkişaf mərhələlərində informasiya texnologiyalarından təsərrüfat proktikasının təkmilləşməsi mental modellər, baza təsüratarı, ictimai şüurun formalaşması və s. məqsədlər üçün istifadə edilir. İnformasiyaların tərkibi bazar infrastrukturunun digər elementlərindən daha üstün rol oynayır. Bunun nəticəsində lokal bazarın xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması ilə məlumat infrasturkturunun stimullaşmasına tələb yaranır. Reklamın informasiyanın tərkib elementi kimi həm də mal dövrriyyəsinin tənzimlənməsi vasitəsi kimi rolu artır. KİV-n bazarın tələbatına istehsal və xidmət sferasına istiqamətlənmiş, bütün kütləvi alıcılar üçün əsas məlumat vasitəsi olması mübahisəsiz qəbul edilir. Malların irəlilədilməsi və alıcıların məlumatlandırılmasının əsas elememti reklam texnologiyalarıdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Metodlar

Tədqiqatda analiz, məntiqi və səbəb-nəticə metodlarından istifadə edilmişdir. Bu mövzuyla bağlı əvvəlki tədqiqatların nəticələri analiz edilmişdir. Tədqiqatda qoyulmuş problemin nəzəri hissəsinin işlənib hazırlanması zamanı məntiqi-nəzəri təhlil üsulları tətbiq edilmişdir. Tədqiqatda müxtəlif ümumi anlayışlar və kateqoriyalardan müəyyən iqtisadi proseslərə orientasiyasını müəyyənləşdirən metodlardan istifadə olunmuşdur. Sistemli yanaşma, müqayisəli analiz və sintez metodları, detallaşdırma metodları və sair kimi milli elmdə qəbul edilmiş elmi idrak metodları və formaları istifadə olunmuşdur. Bundan başqa tədqiqatda iqtisadi, statistik təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

Uğurlu iş üçün firma bazarda öz müraciətini istənilən yerdə öz ticarət markasının məqsədli auditoriya üçün əlaqənin qurulmasını mümkün hala gətirməlidir.Bu komtakların həyata keçirilməsi yerləri müxtəlif olmalıdır, məsələn, maqzadakı alıcı birbaşa satan satıcının dilindən, evində televizordan, reklam roliklərindən, qaynar telefon xətlərindən ala bilməlidirlər. Planlaşdırlımış müraciəti alıcıya çatdırmaq üçün bir alətlərdən istifadə edilir. Reklama- konkret şəxs tərəfindən istənilən ödənilmiş stimullaşma formasıdır. Satışın stimullaşması-müxtəlif marketinq fəaliyyətləridir ki, bir başqa alıcıya, satıcıya və vasitəçiyə verilir.

Şəkil 1. Marketinq stimullaşma kompleksi



Mənbə: Busines Jargons-2014 https :// business.jargosus.com

Şəkildə görünən əsas elementlər reklam, şəxsi satış, satışın stimullaşması, birbaşa marketinq, PR-dir, yerdə qalanları isə sintetik elementlərdir.

Reklam stimullaşma kompleksinin elementləri içərisində ən mərkəzi mövqeni tutur. Kontent təhlil apararaq reklamın mənsub olduğu əsas xarakteristikalar müəyyən edilmişdir.

1. Reklam kütləvi xarakter daşıyır, onun çoxsaylı auditoriyada tətbiqi məntiqi xarakter daşıyır.
2. Reklamın istiqamətləndiyi auditoriyanın reaksiyası müddətli çərçivə daşımır. Ola bilərki, reaksiya geciksin, ola bilərki heç olmasın.
3. Reklamın effektivliyinin hesablanması kifayət qədər problematikdir. Belə ki, məhsulun alışına çoxsaylı faktorlar təsir edir. Onların çoxu hazırki malın və xidmətin reklamına birbaşa təsir etmir. Məsələn , əgər reklam rolikinə çox məhşur bir aktyor dəvət alır, onun reklamının çıxmasından sonra həmin aktyor icitimaiyyət tərəfindən mənfi qarşılanacaq bir hərəkər edir. Onda alıcılar prinsipial olaraq reklam olunan malı gedib rəqib firmadan alırlar.
4. Əsasən reklam olunan məhsul alıcı tərəfindən hüquqi və ümumi qəbul edilmiş olur. Yəni alıcı öz televizorunun ekranından gördüyünə inanır.
5. Reklam pullu xarakter daşıyır.
6. Reklamda reklam verən müəyyən edilir. Məlum sponsor görünür, o reklam ödəyicisi kimi çıxış edir.
7. Reklam verən kommunikasiyanın məqsədi çox dəqiq müəyyənləşdirirlir. Burada reklam məqsədli əmtəənin mübsət imicinin yaradılmasıdır.
8. Reklam müraciətində əsas fikir reklam olunan məhsulun və ya firmanın üstünlüklərinə verilir. Amma bu üstünlüklər ola bilsin çox şişirdilmiş olsun, həqiqəqətə uyğun olmasın
9. Reklamın gözəçarpanlığı. Burada əsas iş alıcıya, psixoloji təsirlə əlaqədardır (Romat, E.V., 2016: 201).

Bütün bu məqsədə çatmaq üçün şirkət aşağıdakı məqsədi güdürlər:
1. **Məlumatlandırma:**Hər hansı mal, xidmət, hadisə haqqında məlumat verilir. Yəni şirkət alıcılara qədər onunla bağlı lazım olan informasiyaları çatdırmağa çalışırlar.
2. **Xatırlatma:** Firma özünün əmtəəsinin və xidmətinin haqqında alıcıya xatırlatma edir.
3. **İnandırma:** Bu zaman alıcıya tədricən mal alışı etmək, bu işi başa çatdırmaq üçün inandırmağa çalışılır.
4. **Pozitiv emosionallıq yaradılması:** Alıcıda Nescafe, Raffaello, coco-cola kimi şirkətlərdə olduğu kimi müsbət esmosiyaları verdikləri reklam rolikləri ilə çatdırmağa çalşır.
5. **Alıcıcıların mal alışı aktına cəlb edilməsi:** Bu halda adətən "sərt" reklam elementlərindən istifadə edilir.
6. **Ləngitmə:** kompaniya reklam olunan brendə sadiqliyi dəstəkləyə bilən üsullardan istifadə edir.
7. **Firmanın məxsusi öz simasının yaradılması:** Bu halda reklam aksenti rəqiblərin siyasətindən fərqlənir.
8. **Reklamlaştırılan əmtəəni alan alan dəstəkləməsi.** Reklamın əsas növlərinə aiddir: cap reklam. Bu zəif cap reklamdır qəzetdə reklam, küçədə reklam, trauizt reklam, radioda reklam, televizyo reklamı və s. Televizya reklamı, baxış, səs, hərəkət, rəng və sair üstün cəhətləri ilə alıcını mal almağa sövq edir. Birbaşa reklam və internet reklamıda bura aiddir. Bir çox müştərilər əmtəəni əldə etmədən əvvəl həmin əmtəə haqqında şərhlərdən məlumat alırlar. Yaxşı hazırlanmış web sayt müştəriləri mal almağa söv edir. İnternet reklam hazırki dövrdə ən çox inkişaf edən reklam növüdür. Pullu axtarış sistemi iri reklam kataqoriyası hesab edilir ki, yəni o googleaz.da liderlik edir. Reklamverici öz reklamını istifadəçi axtarış sistemində sorğunu daxil edən kimi görmək istəyir. Eyni zamanda onlayn reklamların əksər hissəsi ənənəvi olaraq veb saytda sosial

şəbəkədə Facrbook, instaqram daxil olmaqla reklam üçün çox güclü kanala çevrilir (Kotler & Armstrong., 2014: 609).

Azərbaycanda reklam bazarının dövriyyəsi təxminən 100 mln. manatdır. Son illərdə azərbaycanın reklam bazarı zəifləmişdir. 2015-ci ildəki devalvasiyadan sonra satış birjaları reklam büdcələrini azaltdılar. Amma bu yanlış hərəkət idi, əksinə etmək lazım idi. 2016-2021-ci illərin göstəricilərinin müqayisəsi reklam sferasında pul dövriyyəsinin 30% azaldığını göstərir. Bununla bərabər Azərbaycan reklam bazarına cəlb olunan pul məbləği haqqında dəqiq məlumatlar yoxdur. Reklam nöqteyi-nəzərindən Azərbaycan qonşu ölkələrdən kəskin fərqlənir. Bu reklamın konsepsiyası, onun büdcəsi, strategiyasında özünü göstərir. Bizim məkanda hələlik yaradıcı reklamlara rast gəlmirik. Belə ki, Türkiyədə emosiyalara təsir edən reklamlar daha geniş yayılmışdır. Bizdə isə reklam konkret olaraq malın və onun satışının prezentasiyasına istiqamətlənmişdir. Azərbaycanda radio və televiziya reklamı sahəsində pozisiyalaşır. Rəqəmsal reklamın əhatəsi ölçüyə gəlməzdir. Sosial şəbəkə reklamları bu istiqamətdə effektivdir. Azərbaycanda 1-ci yerdə televiziya reklamları , ikinci yerdə radio, 3-cü yerdə kücə reklamı, sonuncu yerdə rəqəmsal reklam durur.

Azərbaycanda ADRA rəsmi agentinin qeyd etdiyi kimi reklamın effekti tezliyinin dəqiq ölçülməsi aləti yoxdur.

Televiziya reklamları, onun qeyd etdiyinə görə, reytinqdən asılı olaraq yerləşdirilir. Rəqəmsal reklam bu konteksdə daha maraqlıdır, çünki reklamverən istifadəçinin adres kateqoriyasını seçmək imkanına malikdir. Televiziyada və radioda şirkət öz reklam göndərişini edir, amma baxış sayını görə bilmir, çünki əks əlaqə qurula bilmir. Onun üçün görünən göstərici reklamın səmərəliliyi kimi ancaq satış həcminin yüksəlməsidir (Hansen F., and Christensen L.B., 2013: 345).

Bu agent hesab edir ki, Azərbaycanda marketinq və reklam sahəsində maarifləndirmə vacibdir.

Azərbaycan şirkətlərinə tanıtım vacibdir. Bunun üçün motivasiya üstünlük verilməlidir, bunun da ən əsas icraçısı dövlət olmalıdır. Bu gün Azərbaycanda telekanalların büdcəsinin 90% sponsorların payına düşür.

Şirkətlər, firmalar gələcək inkişaflarında ictimaiyyətlə əlaqələr (PR) və reklamın rolunun nə qədər əhəmiyyətli olduğunu bilmirlər. Maarifləndirmə gərək firma rəhbərlərinə reklamın onların dşüncəsində əlavə, lazımsız məsrəf olması fikrindən daşındırmalıdır. Onlar reklam xərclərini öz gələcəklərinə investisiya kimi qiymətləndirməlidirlər (Michael.L., Solomon, 2012: 189).

Əvvəlcə düşünürdülər ki, yaxşı əmtəəyə reklam lazım deyil, indi isə əmtəənin yaxşı hesab edilməsi üçün o gərək brend olsun. Brend olması üçün isə brend qarşılıqlı əlaqəsini uğurla qurmaq lazımdır. Reklam belə elementlərdən biridir. Konsaltinq firmalar, dövlət strukturları, o cümlədən iqtisadiyyat nazirliyi kütləvi formada bunun sahibkarlara aşılamağı bacarmalıdırlar (Smirnov V.V., 2012: 108). Artıq Azərbaycanda “Made in Azerbaijan” brendi altında gözəl əmtəələr mövcuddur. Gözəl qablaşdırılmış keyfiyyətli məhsullar mövcuddur. Amma onlar xaricdə vitrinlərdə qalır, çünki onların irəlilədilməsi çox zəifdir. Dövlətin gücü isə onun ixrac etdiyi malların tanınmasından asılıdır.

Marketoloq qeyd edir ki, Azərbaycanda reklam qiymətlərinin tənzimlənməsi mövcud deyil, bazar özü onları diktovka edir. Telekanllar reklamın qiymətini, onların reytinqinə görə müəyyən edirlər. Dünya ölkələri ilə müqayisədə Azərbaycan bazarında ucuzluqdur. Televiziyada insanların daha cox televiziyaya baxdıqları vaxtda reklamın saniyəsi 30-100 manat arası dəyişir, radioda isə ucuzdur (4-6 manat). Rəqəmsal reklam bir ABŞ dollarından başlayır. Azərbaycanda rəqəmsal reklama 18% ƏDV verir, bu da onun inkişafını ləngidir.

Azərbaycanda 3.1 mln. nəfər sosial şəbəkədə qeydiyyatdadır, bu onu göstərir ki, rəqəmsal reklam daha çox inkişaf edəcək. Azərbaycanda küçə reklamlarına yeni tariflər müəyyən edilib.
Azərbaycan Dövlət Reklam Agentliyi məlumat verir ki, əvvəlki tariflərə (2017, N1743) əlavələr edilmişdir. Bunu 1. cədvəldən görmək olar.

Cədvəl 1. Küçə reklamlarında aylıq hər m^2 üçün ödənişlər.

№	Reklam daşıyıcısının növləri	ƏDV olmadan reklamın yerləşdirilməsi xərcləri
	Elektron daşıyıcılar (monitor, ekran, tablo və başqaları)	-
1	20 m^2-ə qədər	Hər m^2 üçün 12.0 manat
2	50 m^2-ə qədər	240 manat+9.0 manat (21-50 m^2) hər m^2 üçün
3	100 m^2-ə qədər	51-100 m^2 üçün 510+7.0 manat (hər m^2 üçün)
4	100 m^2-dən çox	860 manat 15 manat hər m^2 üçün

Mənbə: ADRA-nın məlumatları əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Cədvəl 2. Küçə reklamlarını elektron daşıyıcılarda yerləşdirmək üçün tutulan dövlət rüsumları.

№	Dövlət rüsumu alınması vacib olan fəaliyyətlər	Dövlət rüsumunun ölçüsü
1	Elektron (rəqəmli) daşıyıcılar (monitor, ekran, tablo)	
2	20m^2-dək	50 manat hər m^2 üçün
3	50 m^2-ə qədər	1000 manat+15 manat
4	100 m^2-ə qədər	1950 manat+ 15 manat

Mənbə: ADRA-nın məlumatları əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Trend agentliyi bildirir ki, Azərbaycanda son 4 ildə reklamların KİV-də yerləşdirilməsi 3 dəfə azalmışdır.
KİV-də reklamdan əldə edilən gəlirlər 2015-ci ildə 25,9 mln. təşkil etmişdir. 2016-cı ildə bu göstərici 10,9, 2017-ci ildə 4,6, 2018-ci ildə isə 7,7 mln. manat olmuşdur. 2019 və 2020-ci illərdə bu götərici pandemiya səbəbindən azalma baş vermişdir. 2021- ci ildə 6,9 milyon manatadək azalmışdır.
Bütünlükdə reklamın KİV-də yerləşdirilməsinin əksər hissəsi telekanalların payına düşür (Robert W., 2013:15). Bu göstərici telekanallarda da azalmışdır.
Müqayisə üçün qeyd edək ki, 2015-ci ildə televiziyada reklam gəlirləri 19.8 mln. manatdan 2021-ci ildə 6.9 mln. manatadək azalmışdır.
1997-ci ildə reklamın Azərbaycan bazarında formalaşmasının ilkin etapı başa çatdı. 2-ci etap isə hələ də davam edir. 2007-ci ildə McEann Ecikson Azərbaycan reklam Agentliyi tərəfindən "Ünsiyyətə qarış" Neskafe R-ücü birində ticarət markası Azərbaycanda və Mərkəzi Asiyada uğurla həyata keçirilmişdir və məşhur dünya sürkəti tərəfindən uğurlu fəaliyyətin etirafını qazanmışdır.
Azərbaycanda ən kreativ reklam (küçə) "Chorcy Cola" və "Chitto Gurito" avtobus əltutanları idi. "Danone"nin reklamında ilin reklam üzü Aysel Teymurzadə , ilin sponsoru Unibank premyer liga , ilin qeyri-kommersiya reklamı Bakı muğam festifalının reklamı və s.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Mənbə: ADRA-nın məlumatları əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib olunmuşdur. https://adra.gov.az/az/news/20(22.12.22)

Cədvəl 4. Azərbaycan Respublikasında reklam fəaliyyətinə dair bəzi əsas göstəricilər.

Göstəricilər	2006	2014	2018	2021
Məhsul satışından əldə olunanlar(min manat)	34649	72523	31184	98960
Reklam fəaliyyətinə(min manat)	12382	67311	11111	95670
O cümlədən Reklam informasiyasının hazırlanmasında	-	-	12435	32005
Reklamın yerləşməsindən	-	-	18412	31719
Reklamın yayımlanmasından	-	-	20264	31946
O cümlədən				
Açıq məkanda reklamlar	-	-	37893	10876
Nəqliyyat vasitələrində yayımlanan reklamlar	-	-	3283	6271
KİV-də yayımlanan reklamlar (teleradioproqramı)	-	-	22930	14515
Poçt göndərişləri	-	-	1630	13247
Teatr tamaşası, kino, konsert	-	-	-	-
Digər fəaliyyətlər	22261	5212	6998	3289
Məhsul istehsalına çəkilən xərclər, ondan reklam	24968 9886	67829 51393	60946 53499	87238 77580
Reklam xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə aid bağlanmış müqavilələrin sayı (ədəd)	3162	3242	5712	16240
Bağlanmış müqavilələrin dəyəri(min manat)	12256	64238	51674	41927

Mənbə: Azstat.org məlumatları əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib olunmuşdur. https://www.stat.gov.az/menu/6// (22.02.23)

4 saylı cədvəlin məlumatlarından görünür ki, məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə edilən gəlir 2006-cı ildə 34649 min manat olmuşdur. Bu göstərici 2014-cü ildə iki dəfə artmışdır. Bu göstərici 2018-ci ildə 51 milyona qədər azalmışdır. 2021-ci ildə 99 mln.manat olmuşdur. Bunun 90%-i reklam fəaliyyətindən əldə edilmişdir. 2006-2015-ci ilə qədər reklam informasiyalarının hazırlanmasından reklamın yerləşməsindən, açıq məkanda yayımlanan reklamlardan, teleradioproqramlarından və s. xidmətlərdən daxilolmalar olmamışdır. Toplam digər fəaliyyətlərdən 2006-cı ildə 22267min manat, 2018-ci ildə 6998 min manat, 2021-ci ildə 3289 min manat daxil olmuşdur.

Məhsul və xidmətlərə çəkilən xərclər 2006-cı ildə 24 min manat, 2014-cü ildə 67829 min manat, 2021-ci ildə idə 87 mln.manat olmuşdur. Bundan reklama çəkilən xərclər 72 mln.manat olmuşdur. Bu son 2021-ci ildə başlanan müqavilələrin sayı 2006-cı ildəki 3162-dən 16 minə çatmışdır. Bağlanan müqavilələrin dəyəri 2020-ci ildə 51 mln.manatdan 41 mln.manata qədər azalmışdır.

Hər bir şirkət öz məhsul və xidmətlərini satışlarını artırmaq üçün reklam fəaliyyətinə müəyyən bir büdcə ayırır və ayrılmış bu büdcənin qarşılığını almağa çalışırlar. Bu ayrılan büdcənin miqdarı fərqli şirkətlərə görə dəyişdiyindən şirkətlər reklam səmərəliliyinin ölçülməsini önəmli sayırlar. Şirkətlər yayımlanan reklamın gözləntiləri qarşıladığından əmin olmağa çalışırlar və edilən xətaların qarşısını almağa çalışırlar.

Reklamın əsas məqsədi müəyyən bir hədəf kütləsi üçün, müəyyən bi zamanda məhsul və xidmətlər haqqında məlumat verməkdir. Reklamın məqsədlərindən biridə reklamın reklam

fərqindəliyini- yəni tanımağı yaratmaqdır. İnsanlar reklamı görür və ondan təsirlənir. Bu effektli reklamın ən önəmli ünsürüdür. Reklamı gördükdən sonra reklam istehlakçının beynində alqılanır və çatdırılmaq istənən mesaj istehlakçıya çatdırılır və məhsul alışı həyata keçirilir.
Aşağıdakılar suallara verilən cavablar, ölçüləbilən reklam hədəflərimizi tapmaqda kömək edəcəkdir.

1. Satmaqda olduğumuz məhsul və xidmətlərin yararları nələrdir?
2. Çatmaq istədiyimiz istehlakçılar kimdir?
3. Məhsul və xidmətləri nəyə görə alırlar və ya nəyə görə almırlar?
4. Çatmaq istədiyimzə necə çata bilərik?
5. Hədəf kütləmizə vermək istədiyimiz mesajın çatdığını necə ölçməyi planlayırıq?
6. Vermək istədiyimiz mesajlar və fikirlər hansılardır?

Nəticə

Azərbaycan iqtisadiyyatının müasir inkişaf prosesi daha çox səmərəli olan bazar infrastrukturunun yaradılmasından asılıdır. Nəqliyyat, banklar, sığorta, kredit, gömrük sistemi, reklam, ticarət olmadan mümkün deyil. Reklam stimullaşma kompleksinin əsas vəsaitləri hesab olunur və bəzi hallarda cəmiyyətin (istehlakçıların) biliklərinə təsir edən çox mühüm iqtisadi funksiya rolunu oynayır. O, alıcının şüuruna və davranışına təsir göstərir. Bu böyük ölkənin iqtisadi inkişafına informasiya axınlarının təsirinin xüsusiyyətlərini öyrənmək ücün çox vacibdir. Bundan əlavə, reklam sənayesi təkcə bazar infrastrukturunun informasiya strukturu deyil, həm də bazarın həyat dövrünün bir hissəsidir. Azərbaycanda reklam qanunvericiliyinin təşkilində ciddi hazırkıdövrün tələblərinə üygun olaraq dəyişikliklər baş verib.
Nəticə etibarı ilə yaddan çıxarmaq olmaz ki, tanıtım fəaliyyətləri ilə bağlı davranışları məlum olan hədəf şirkət, öz məhsul və xidmətləri, məhsulların cəlbediciliyi haqqında məlumat verməyə çalışır. Reklamdan çəkinmənin ölçülməsi prosesi, görünür, istehlakçıların reaksiyası nəticəsində yaranan bəzi reklamların effektivliyinə və təsirsizliyinə əsaslanır. Bəzi reklamlar səhv seçilərsə və arzu olunan reklam mesajı düzgün seçilməzsə, həm effektivliyini itirəcək, həm də ona ayrılan reklam büdcəsi havaya sovrulacaq. Bu səbəbdən reklam fəaliyyəti həyata keçirilərkən reklam tutumunun ölçüsü və reklam fəaliyyətinin davam etdirilməməsinin nəticələri müəyyən edilir. Şirkətin reklam fəaliyyətlərinə baxdığınız zaman hər cür reklamdan istifadə olunduğunu görə bilərik. Lakin dərc olunan reklamlarda məhsullar haqqında kifayət qədər məlumatın olması və əksər reklamlarda yalnız məhsulların qiymətləri ilə bağlı məlumatların yer alması satış firmasının reklam fəaliyyətindəki çatışmazlıqlardandır. Digər tərəfdən secilən satış firmasının onlayn reklamlarda daha çox görünməsi bu şirkətin reklam fəaliyyətinin müasir versiyaya uyğunlaşdırıldığını da göstərir.

ƏDƏBİYYAT

1. Romat, E.V. Reklama: ychebnik dlya vuzov / E. V. Romat – SPb.: Piter, 2016
2. Smirnov V.V. Reklama / V.V. Smirnov – SPb.: Piter, 2012
3. Hansen F., and Christensen L., B., “Branding and Advertising”, Copenhagen Business School Press,Printed in Denmark 1.edition, 2013
4. Kotler & Armstrong. “Principles of marketing” Rai Techonlogy University, 2014
5. Michael.L., Solomon . “Advertising Campaigns: Start to Finish(v.1.0)”, 2012
6. Robert W. “Advertising Planning” U.S.A.: Prentice-Hall Inc, 2013

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

7. Busines Jargons. https :// business.jargosus.com, 2014
8. https://adra.gov.az/az/news/20(22.10.22)

РЕКЛАМА КАК ЭЛЕМЕНТ СТИМУЛИРУЮЩЕГО КОМПЛЕКСА

Муслимат Аллахвердиева[1], Самира Мустафаева[2]
[1,2] Азербайджанский государственный экономический университет, [1,2] Кафедра Экономики и технологических наук,
[1]Доктор экономических наук,
[2]Магистрант, samiramustafayeva20@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Рекламный рынок представляет собой сферу товарообмена, в которой в качестве товара выступают рекламные услуги и рекламные материалы. На этом рынке он развивается экономически закономерно в зависимости от спроса и предложения, как и на других рынках. Современный рекламный рынок должен быть объектом более активной рекламно-сервисной деятельности. Рекламный рынок имеет очень специфическую инфраструктуру, которая включает в себя различные виды рекламы, средства распространения рекламы, рекламодателей, объекты рекламы, а также структуры, администрации, стимулирующие и регулирующие рекламную деятельность. Структура рекламного рынка постоянно меняется под влиянием тенденций общей конъюнктуры хозяйственного внутреннего рынка страны. В результате этого структурные и количественные изменения могут быть расширены по отдельным элементам рекламного рынка, системе регулирования и организации рекламной деятельности, а также по средствам и видам расширения рекламной информации. Структура рекламного рынка отличается в разных странах пересечением долей, перспективным использованием различных рекламных средств и видов. В статье будут проанализированы основные тенденции развития этой структуры на рекламном рынке Азербайджана. Виды рекламы в Азербайджане сегодня приближаются к международным стандартам. В периодической печати, в бюллетенях фирм имеются рекламные объявления, начиная от рубрик, до иллюстраций. Как всегда,массовая кепочная реклама проспекты, каталоги, буклеты, плакаты, плакаты, листовки, колендары очень популярны. Крупноформатные многостраничные плакаты увеличивается количество рекламных щитов с устойчивыми красками, мультивизионных синхронных плакатов, видеодворов, панно с газовыми светильниками cardak. Транспортные средства рекламы в городах реклама в аэропортах, на вокзалах, в метро в их внутренних залах пользуется большой популярностью.Новые торговые компании и магазины Таро фирменная упаковка, специальные конструкции, полиэкрусы, вешалки появление современных витрин стимулируют рост рекламы в торговых точках. Значительные изменения произошли в рекламе на телевидении и радио. Использование компьютерной графики, анимационных технологий в эфирной рекламе с привлечением популярных актеров делает ролики с участием различных актеров. Реклама-это телевизионная реклама на своеобразном полигоне молодой Азербайджанской рекламы, которая лидирует среди средств вещания.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Практически все рекламные лидеры на азербайджанском рынке обязаны своим успехом телевидению.
Ключевые слова: реклама, комплекс стимулирования, рекламный рынок, телевизионная реклама, уличная реклама

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-321

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
332-341

GENERALIZED EXPERT OPINION BASED ON FUZZY NUMBER

Akhira Sultanova[1], Shabnam Guliyeva[2]
[1,2]"Information Technologies and Management" faculty, [1,2]Azerbaijan State Oil and Industry University,
[1]Doctor of philosophy in economs,
[2] Master student,shabnamguliyevaa@gmail.com

ABSTRACT

Fuzzy logic is a mathematical discipline that we use in our daily lives and that brings us to the structure in which we interpret our behaviors. We see fuzzy concepts of logic in many parts of our lives. These concepts are high, medium and low values. Besides; includes very low, medium and very high intermediate values. These concepts are high, medium and low values. Besides; includes very low, medium and very high intermediate values.
The most effective area of application of fuzzy sets and fuzzy logic theory is control systems. Fuzzy Systems are systems based on knowledge or rules. For a system to be managed, the mathematical model that makes up the system must be well chosen. Mathematical models of some systems are very difficult to obtain. The best way to do this is to use fuzzy sets. Fuzzy sets, the concept of set used in traditional set theory, are based on the logic of two options, "1" if the object is a member of the set or "0" if it is not. There is no “0” or “1” in traditional set theory. The problem of uncertainty is difficult to solve. It may be possible to install a controller that acts as a human. We can call this controller system fuzzy logic.
They are complex complex programs that reflect expert knowledge in the field of a particular subject and are a consultant to users in making decisions. Such systems support less experienced specialists in the field of a particular subject in decision-making. That is why such systems are sometimes called systems that support decision-making.Expert system is a type of application program that solves problems in this area, gives recommendations (advice) and even makes decisions based on certain knowledge and analytical rules set by experts in the field of application (for example, financial and medical). Expert-people apply their factographic knowledge when solving problems, using their ability to make judgments. In the expert system, the knowledge base and the principles of the logical inference mechanism are realized as two separate components that are interconnected. The knowledge base presents specific facts and rules that relate to a given topic. The mechanism of logical inference (inference) realizes the ability to judge, which allows the expert system to draw conclusions. The number of input parameters is accepted by the fuzzy Expert System as 6. These are; temperature, humidity, light intensity, carbon dioxide content, soil moisture and wind speed. The number of output parameters is also set to 6. These are; heating, cooling, shading, irrigation, lighting and ventilation values. In the greenhouse where the plants are grown, such important characteristics as temperature, air humidity, light intensity, soil humidity, carbon dioxide content and wind speed are elements that need to be constantly monitored. These factors must be taken into account in order for the plant to grow well. In order for the temperature, air humidity, light intensity, soil humidity, carbon dioxide content and wind speed in the greenhouse to be maintained at the desired value, it must be controlled using a computer.
The first of the situations where fuzzy logic is most valid is to include the opinions and judgments of the people in case the investigated event is very complex and there is not enough information about it, and the second is the situations that require human understanding and judgment. It should

not be taken to mean that any problem encountered in fuzzy logic can be solved, even if it is complex. However, it can be concluded that at least human thoughts can be understood better, since they make some verbal inferences about the event under investigation. There are two general reasons for researchers to use fuzzy systems. Due to the complexity of real-world events, these events cannot be strictly controlled by defining them with clear equations. As a result, the researcher prefers to resort to approximate but solvable methods, even if they are not exact. All theories and equations in engineering approximate the real world. Although many real systems are nonlinear, every effort is made to include the assumption of linearity in their classical study.
Fuzzy logic methods have been discussed as relevant over the past few decades due to their ability to deal with nonlinear and uncertainties that are very common in real life. Despite the widespread use of many methods of fuzzy logic, it seems very important to talk about decision-making techniques, especially in the field of fuzzy decision making, without having to do with the reliability and reliability of the information being analyzed. For example, a decision made based on information with low reliability tends to be useless or even harmful to use in practice. In this case, the numbers Z have significant potential to describe the uncertainty of human knowledge, since both expert assessment and the number Z consist in the limitation and reliability of the measured value. In this paper, a method of converting expert opinion to the number Z is proposed and a new aggregation approach is presented. In conclusion, the proposed methods are demonstrated.
Keywords: fuzzy logic, Z number, triangular fuzzy numbers, trapezoidal fuzzy numbers, expert opinion

QEYRİ-SƏLİS ƏDƏD ƏSASINDA ÜMUMİLƏŞDİRİLMİŞ EKSPERT RƏYİ

Axirə Sultanova[1], Şəbnəm Quliyeva[2]
[1,2]"İnformasiya Texnologiyaları və İdarəetmə" fakültəsi, [1,2]Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti,
[1]İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru,
[2] Magistr tələbəsi, shabnamguliyevaa@gmail.com

XÜLASƏ

Qeyri-səlis məntiq gündəlik həyatımızda istifadə etdiyimiz və davranışlarımızı şərh etdiyimiz struktura gətirən riyazi bir fəndir. Qeyri-səlis məntiq anlayışlarını həyatımızın bir çox yerində görürük . Qeyri-səlis məntiq xüsusilə çətin başa düşülən və şərhə əsaslanan çox mürəkkəb sistemlərdə və insan düşüncəsi, qavrayışı və ya qərar qəbul etməsinə əsaslanan proseslərdə faydalıdır. Qeyri-səlis məntiqin əsasını təşkil edən qeyri-səlis nəzəriyyə qeyri-müəyyən anlayışların riyazi ifadəsidir. Qeyri-səlis nəzəriyyədə başqa bir yenilik istifadə olunan məlumatın təbiətidir. Qeyri-səlis nəzəriyyə ölçmə əsaslı bilikdən daha çox qavrayış biliklərindən istifadə edir. Lakin ehtimal nəzəriyyəsi qavrayışa əsaslanan məlumatları emal edə bilməz. Çünki ehtimal nəzəriyyəsində qavrayışların mənasını göstərmək və nəzərə almaq mexanizmi yoxdur. Digər tərəfdən, qeyri-səlis nəzəriyyədə rəqəmlər əvəzinə sözlərlə hesablamaq mümkündür. Qeyri-səlis nəzəriyyə ilə hadisələri daha reallaşdırmaq və şifahi dəyişənlərlə izah etmək olar.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Qeyri-səlis məntiqin bir çox metodlarının geniş tətbiqinə baxmayaraq, xüsusilə qeyri-səlis qərar qəbulu sahəsində təhlil edilən məlumatın etibarlılığı və etibarlılığı ilə əlaqəsi olmadan qərar qəbuletmə texnikası haqqında danışmaq çox vacib görünür.Məsələn, etibarlılığı aşağı olan məlumatlara əsaslanaraq qəbul edilən qərar, praktikada istifadə üçün faydasız və ya hətta zərərli olmağa meyllidir.Bu halda, Z rəqəmləri insan biliklərinin qeyri-müəyyənliyini təsvir etmək üçün əhəmiyyətli potensiala malikdir, çünki həm ekspert qiymətləndirməsi, həm də Z rəqəmi ölçülən dəyərin məhdudlaşdırılması və etibarlılığından ibarətdir. Buna görə də məqalədə ekspert rəyinin Z rəqəminə çevrilməsi üsulu təklif edilir və yeni aqreqasiya yanaşması təqdim edilir.
Açar sözlər: qeyri-səlis məntiq, Z ədədi, üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər, trapezoidal qeyri-səlis ədədlər, ekspert rəyi.

Giriş

Real dünya mürəkkəbdir və bu mürəkkəblik qeyri-müəyyənlikdən və ümumilikdə qeyri-dəqiq qərar qəbul etməsindən qaynaqlanır. Bir çox sosial, iqtisadi və texniki məsələlərdə insan təfəkküründün yetişməmiş olması səbəbindən qeyri-müəyyənliklər həmişə mövcuddur. İnsan tərəfindən hazırlanmış kompüterlər bu cür qeyri-müəyyənliklərin öhdəsindən gələ bilmir və kompüterlərin işləməsi üçün ədədi məlumat tələb olunur. İnsan biliyinin qeyri-kafi olması səbəbindən real hadisəni tam dərk etmək mümkün olmadığı üçün insanın düşüncə sistemi və ağlı belə hadisələr haqqında düşünmək, natamamlıq və ya qeyri-müəyyənlik ehtiva edən məlumatları emal etmək qabiliyyətinə malikdir. Ümumiyyətlə, müxtəlif formalarda baş verən mürəkkəblik və qeyri-müəyyənlik kimi informasiya mənbələri qeyri-səlis mənbələr adlanır. Belə tam və qeyri-dəqiq məlumat əsasında ardıcıl və düzgün qərarlar qəbul etməyə imkan verən düşünmə və qərar vermə mexanizmi qeyri-səlis məntiq adlanır (Allahverdi, 2002: 157).

Qeyri-səlis məntiq modelləşdirmə və hesablama zamanı gündəlik nitqdə şifahi qeyri-müəyyənlikləri daxil etmək imkanı verir. Reallıqda insan mühakimələri qeyri-müəyyən və qeyri-səlisdir və dəqiq ədədi dəyərlərlə ifadə etmək üçün yararsızdır. Buna görə də insan qərarlarının modelləşdirilməsində şifahi dəyişənlərdən istifadə etmək daha real olardı. Qeyri-səlis məntiqin digər məntiq sistemlərindən mühüm fərqi onun şifahi dəyişənlərin istifadəsinə imkan verməsidir (Li və Yang, 2004: 264).

Qeyri-səlis məntiqi digər məntiq sistemlərindən fərqləndirən digər xüsusiyyət ondan ibarətdir ki, digər məntiq sistemləri üçün çox vacib olan və hətta əsas qaydalar adlandırıla bilən üçüncü uyğunsuzluq prinsipi və ziddiyyət prinsipi adlanan iki xüsusiyyət qeyri-səlis məntiq üçün keçərli ola bilməz. Qeyri-səlis məntiqdə bir müddəanın eyni zamanda həm doğru, həm də qərəzli ola bilməyəcəyini söyləmək olmaz. Bu vəziyyət həqiqətin çox qiymətli olmasından və bu kontekstdə "və" bağlayıcılarına aid edilən mənadan irəli gəlir (Baykal və Beyan, 2004a: 39).

Məqsəd

Tədqiqatın məqsədi qeyri-səlis məntiq haqqında qısa məlumat vermək, qeyri-səlis ədədlərin növlərinin qrafik təsvirini yaratmaq, Z ədədinin mahiyyətini açmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Qeyri-səlis məntiqin tətbiqi sahəsi çox genişdir və bu tətbiq sahələrindən istifadə edərək iqtisadi nəzarəti təmin etmək mümkündür. Tədqiqatın aktuallığı insanlara çoxlu parametrləri və qeyri-dəqiq müəyyən edilmiş amillərlə qarışıq qeyri-müəyyənlik şəraitində qərar qəbul etməyə kömək edə biləcək yeni alqoritm və proqram təminatının hazırlanmasından ibarətdir.

Metodlar

Məqalədə bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bu işdə, biz onları idarə etmək üçün ən səmərəli üsulları tapmaq məqsədi daşıyan tədqiqatı təqdim edirik (birləşdirmək, əlavə etmək, bölmək kimi). Birincisi, Z ədədlərini toplamaq üçün bütün mövcud üsulları müəyyən etmək lazımdır. İkincisi, onlarla işləməyin yeni üsullarını kəşf etmək lazımdır. Üçüncüsü isə, Ən maraqlı texnikalar ətraflı araşdırılıb, ümumiləşdirilməlidir. Qərar vermənin real söz tapşırığını modelləşdirmək üçün hazırlanmış bir proqram da var.

İnsan bir sistem haqqında nə qədər çox öyrənsə, bir o qədər yaxşı başa düşülə bilər və onun haqqında bir o qədər az mürəkkəblik yarana bilər, lakin o, tamamilə yox olmur. Tədqiq olunan sistemlərin mürəkkəbliyi nə qədər az və ya daha az məlumat əldə edilsə, qeyri-səlislik bir o qədər təsirli olacaq. Bu sistemlərin həlli yollarının axtarışında qeyri-səlis giriş və çıxış məlumatlarından qeyri-səlis məntiq qaydalarından istifadə etməklə mənalı və faydalı həll nəticəsinə gəlmək mümkündür.

Qeyri-səlis məntiq iki mənada istifadə olunur. Dar mənada qeyri-səlis məntiq klassik bivalent məntiqin ümumiləşdirilmiş formasıdır. Geniş mənada qeyri-səlis çoxluqlardan istifadə edən bütün nəzəriyyə və texnologiyalara aiddir. Dar qeyri-səlis məntiq geniş qeyri-səlis məntiqin bir qoludur. Digər sahələr; qeyri-səlis idarəetmə, qeyri-səlis model tərifi, qeyri-səlis hesab, qeyri-səlis riyazi proqramlaşdırma, qeyri-səlis qərarların təhlili, qeyri-səlis neyron şəbəkələri. Bütün bu sahələrdə ənənəvi ağ-qara ikili üzvlük konsepsiyası qismən üzvlük konsepsiyasına ümumiləşdirilmişdir. Beləliklə, qeyri-müəyyən anlayışları ehtiva edən insan biliklərini izah etmək daha asandır və real həyat problemlərinə daha təsirli həllər tapmaq olar (Yen və Langari, 1999: 3-4).

Qeyri-səlis məntiq anlayışı ilk dəfə 1965-ci ildə Lütfi Ə.Zadə tərəfindən "Information and Control" jurnalında dərc olunmuş "Qeyri-səlis çoxluqlar" adlı məqaləsində təqdim edilmişdir. Bu məqalədə qeyri-səlis çoxluqların tərifi, əsas əməliyyatları, anlayışları və xassələri verilmişdir. Zadə (1965) bildirdi ki, real dünya problemləri nə qədər yaxından araşdırılarsa, həll yolu bir o qədər bulanıqlaşır. Çünki insanlar bütün informasiya mənbələrini eyni vaxtda və interaktiv şəkildə qavrayaraq onlardan müəyyən nəticələr çıxara bilmirlər. Burada vurğulanmalıdır ki, informasiya mənbələrinə əsas və dəqiq məlumatlarla yanaşı, xüsusən də şifahi məlumatlar daxildir. İnsanlar şifahi düşünə və bildiklərini şifahi ifadələr vasitəsilə başqalarına çatdıra bildiklərindən, bu ifadələrin dəqiq olacağını gözləmək olmaz.

Qeyri-səlis sistemlər tərəfindən qiymətləndiriləcək əsas sahə, belə bir məlumat aşkar edilərsə, onların həlli üçün necə nəzərdən keçiriləcəyidir. Qeyri-səlis məntiqdə hər hansı problemi təqribən modelləşdirməyə və riyazi cəhətdən mürəkkəb olmayacaq həllərlə idarə etməyə çalışılır (Baykal və Beyan, 2004a: 40). Qeyri-səlis məntiq yanaşması maşınlara insanların şəxsi məlumatlarını emal etmək və onların təcrübə və intuisiyaları əsasında işləmək imkanı verir. Bu qabiliyyəti əldə edərkən ədədi ifadələr yerinə simvolik ifadələrdən istifadə edir. Bu simvolik ifadələrin maşınlara ötürülməsi riyazi əsaslara əsaslanır. Bu riyazi əsas qeyri-səlis çoxluqlar nəzəriyyəsi və qeyri-səlis məntiqdir (Elmas, 2003a: 25). Qeyri-səlis məntiq insanların analoqu olan proses bilikləri vasitəsilə maşın və məhsulları müstəqil və daha effektiv idarə etməyi mümkün edir. Qeyri-səlis məntiq ekspert təxminlərindən və ya yanaşmalarından istifadə edir və yaşıl ilə birlikdə sürətli, geniş, bir az və ya mavi görünən kimi subyektiv və ya qeyri-səlis anlayışları daxil etmək qabiliyyətinə malikdir (Erturul, 1996: 4). Başqa sözlə; Qeyri-səlis məntiq həqiqətin və ya yalanın

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

dərəcəsi ilə məşğul olduğu üçün onu iki səviyyəli məntiqin kifayət qədər genişləndirilmiş variantı kimi də qiymətləndirmək olar. O qədər ki, doğru ilə yanlış arasında qismən doğru və qismən yanlış anlayışları daxil edilərək spektr genişlənmişdir (Erturul, 1996: 6).

İnsan beyninin düşünmə qabiliyyəti kompüterlərdən fərqlidir. Mühakimə edərkən kompüterlər qara və ya ağ ifadələrə əsaslanan xüsusi addımları izləyir və 0-1 sistemindən istifadə edirlər. İnsanlar isə qeyri-müəyyənlik və bulanıqlıq ehtiva edən ifadələrlə öz mühakimələrinə əsasən mühakimə yürütürlər. Qeyri-səlis və ya boz vəziyyətlər 0 ilə 1 arasında dəyərlər qəbul edir. İnsan beyni bu qeyri-səlis modellərlə asanlıqla işləsə də, eyni şey kompüterlər üçün keçərli deyil. Qeyri-səlis məntiqin köməyi ilə bu çatışmazlıq aradan qaldırılmağa çalışılır (Kosko, 1997: 3-4). Ancaq qeyri-səlis məntiqin edə biləcəyi şeylər məhduddur. Qeyri-səlis məntiqlə insan düşüncəsini və yaradıcılığını tam təqlid etmək mümkün deyil. Bununla belə, qeyri-səlis məntiq situasiya üçün həll yolu yaradaraq eyni vəziyyətlər üçün əvvəlcədən müəyyən edilmiş qaydalardan istifadə edir. Başqa sözlə, müəyyən, dəqiq situasiyalarda texniki sistemin istənilən performansa nail olması üçün tələb olunan qaydalar müəyyən edilə bilsə, qeyri-səlis məntiq bu məlumatı effektiv şəkildə həll yoluna çevirəcəkdir (Öztürk, 1999: 37).

Qeyri-səlis məntiqin ümumi xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

• Qeyri-səlis məntiqdə dəqiq səbəblərə əsaslanan düşünmək əvəzinə təxmini dəyərlərə əsaslanan düşüncə istifadə olunur.
• Qeyri-səlis məntiqdə hər şey [0,1] diapazonunda müəyyən dərəcədə təmsil olunur.
• Qeyri-səlis məntiqdə informasiya böyük, kiçik, çox az kimi şifahi ifadələr şəklində olur.
• Qeyri-səlis nəticə şifahi ifadələr arasında müəyyən edilmiş qaydalarla həyata keçirilir.
• Hər bir məntiqi sistem qeyri-səlis kimi ifadə edilə bilər.
• Qeyri-səlis məntiq riyazi modeli çətin əldə edilən sistemlər üçün çox uyğundur (Baykal və Beyan, 2004a: 41).

Qeyri-səlis ədədlər məhdud fasiləsiz üzvlük funksiyası ilə qabarıq, normallaşdırılmış qeyri-səlis çoxluq kimi ifadə edilir və həqiqi ədədlərlə müəyyən edilir. Qeyri-səlis çoxluqlar üzvlük funksiyaları ilə müəyyən edildiyi üçün qeyri-səlis ədədlər onların üzvlük funksiyaları ilə eyni anlayışlardır. Bu səbəbdən üzvlük funksiyalarının üçü qədər qeyri-səlis ədədlər var (Baykal və Bayan, 2004b: 115).

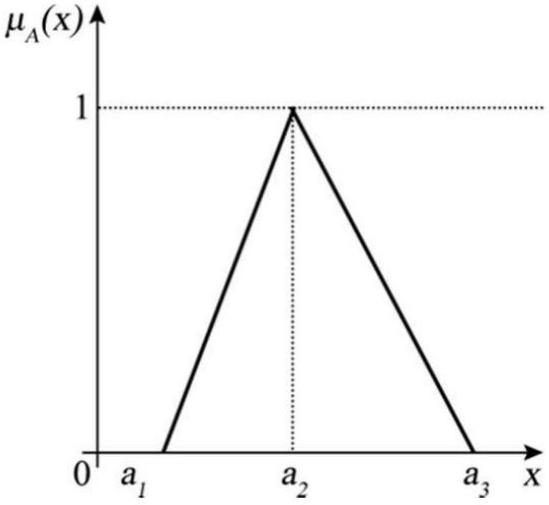
Qeyri-səlis ədəd r həqiqi ədədinin ümumiləşdirilmiş forması olan qeyri-səlis A kəmiyyətidir. Burada A(x) təxmini A(x) dəyərlərinin r-ə necə çatdığının ölçüsüdür. Bu halda A(r) = 1 (Nguyen and Walker, 2000: 54).

Tutaq ki, X nöqtələr çoxluğu verilmişdir, X-in ümumi elementi x ilə işarələnsin. Yəni, X = {x}. Qeyri-səlis çoxluq, A-nın X-də üzvlüyü ilə xarakterizə olunur. X-in hər bir nöqtəsi ilə [0, 1] intervalında həqiqi ədədi birləşdirən μ(x) funksiyası, A-da x-in "üzvlük dərəcəsini" təmsil edən x-də μ(x) dəyəri ilə təmsil olunur. Beləliklə, μ(x) dəyəri birliyə nə qədər yaxındırsa, x-in A-da üzvlük dərəcəsi bir o qədər yüksəkdir. A terminin adi mənasında qoyulduqda, onun üzvlük funksiyası yalnız iki qiymət 0 və 1 ala bilər, μ(x) isə A çoxluğunun oxşar xarakterik funksiyasına endirilir. Qərar vermə tapşırıqlarında hər bir ekspert öz rəyini verir və sonra verilən məlumatı maşınla emal edilə bilən formada təqdim etmək lazım olur. Məlumatı təmsil etmək üçün qeyri-səlis ədədlərdən istifadə edə bilərik. Qeyri-səlis ədədləri aşağıdakı kimi təyin etmək olar.

Qeyri-səlis ədəd R-də müəyyən edilmiş və hissə-hissə davamlı üzvlük funksiyasına malik, qabarıq və normallaşdırılmış qeyri-səlis çoxluqdur. Başqa sözlə, qeyri-səlis ədəd qeyri-səlis sərhədi olan dəqiq ədədlər intervalını təmsil edir. Qeyri-səlis ədədin klassik nümunəsi üçbucaqlı qeyri-səlis ədəddir. O, Şəkil 1-də göstərildiyi kimi iki sərhəd nöqtəsi a1 a3 və pik nöqtəsi a 2, yəni [a1, a2, a3] çoxluğu ilə təmsil olunur.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Şəkil 1. İki sərhəd nöqtəsi a1 a3 və pik nöqtəsi a 2 olan çoxluq.



2010-cu ildə Z-rəqəmləri konsepsiyası təklif edilmişdir ki, bu da qərarların qəbulu tapşırıqları üçün məlumatın etibarlılığı amili, dünyanın müxtəlif aspektlərinin təsviri, ideyaların və ya qiymətləndirmələrin ifadəsi ilə əlaqələndirilir.

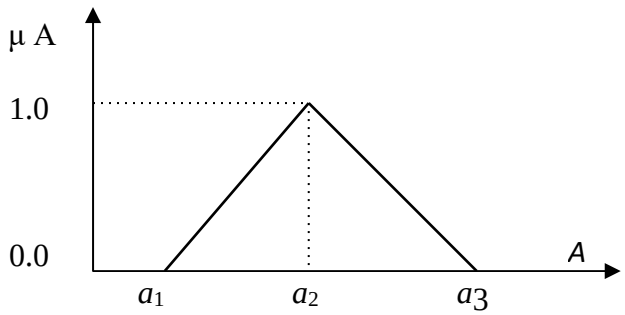
Z ədədi Z = (A, R) kimi işarələnmiş qeyri-səlis ədədlərin sifarişli cütüdür. Dəyərlər üzərində məhdudiyyət olan birinci komponent A, real dəyərli qeyri-müəyyən dəyişən X-dir. İkinci komponent R birinci komponent üçün etibarlılıq ölçüsüdür.

Z+ ədəd. Z+ nömrəsi qeyri-səlis ədədlərin birləşməsidir. Z+=(A, R) kimi yazılışda A, Z ədədi ilə eyni rolu oynayır, R təsadüfi ədədin ehtimal paylanmasıdır.

Qeyri-səlis ədədlər qeyri-səlis çoxluqların xüsusi alt çoxluğudur. Təxminən 5, az qala 9, təxminən 15, 200-dən az və s. Qeyri-səlis ədədlər qeyri-dəqiq və ya təxmini ədədi kəmiyyətləri xarakterizə etmək üçün çox faydalıdır (Özkan, 2003: 59). Müzakirə olunan mövzuya uyğun olaraq müxtəlif qeyri-səlis ədədlərdən istifadə etmək mümkündür. Ümumiyyətlə praktik tətbiqlərdə istifadə olunan üçbucaqlı və trapezoidal iki qeyri-səlis ədəd var (Baykal və Beyan, 2004a: 234).

Üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər üç real ədədlə müəyyən edilən qeyri-səlis ədədlərin xüsusi növüdür. (a1, a2, a3) kimi ifadə edilir. a1, a2 və 3a parametrləri müvafiq olaraq mümkün olan ən kiçik dəyəri, ən çox ehtimal olunan dəyəri və mümkün olan ən böyük dəyəri göstərir. Üçbucaqlı qeyri-səlis A ədədinin təsviri Şəkil 2-də verilmişdir (Kahraman et al, 2004: 174).

Şəkil 2. Üçbucaqlı qeyri-səlis ədəd



ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

a1 və a3 qeyri-səlis çoxluq dəstəyinin aşağı və yuxarı sərhəd qiymətləri və üçbucaqlı qeyri-səlis ədədin üzvlük funksiyası, burada a2 tam üzvlü tək ədəddir:

$$\mu(x/M) = \begin{cases} 0, & x < a1, \\ (x - a1)/(a2 - a1), & a1 \le x \le a2, \\ (a3 - x)/(a3 - a2), & a2 \le x \le a3, \\ 0, & x > a3 \end{cases}$$

Üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər üzərində işləyərkən nəzərə alınmalı olan bəzi xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

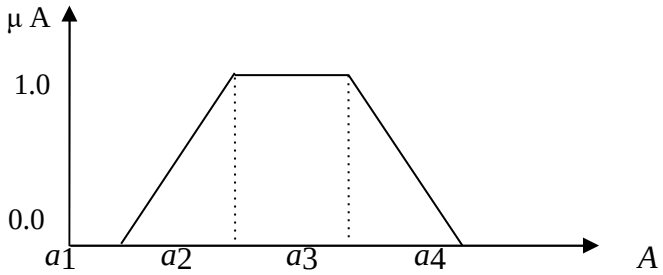
• İki üçbucaqlı qeyri-səlis ədədin toplanması və çıxılmasının nəticəsi yenə üçbucaqlı qeyri-səlis ədəddir.

• Üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər üzərində vurma, bölmə və tərs əməliyyatlar nəticədə heç də həmişə üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər vermir.

• Üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər üzərində maksimum və ya minimum əməliyyatlar nəticədə həmişə üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlər vermir.

Trapezoidal qeyri-səlis ədədlər ən çox istifadə edilən qeyri-səlis ədədlərdən biridir. Trapezoidal qeyri-səlis ədədlərin tez-tez istifadə edilməsinin səbəbləri arasında üçbucaqlı qeyri-səlis ədədlərin trapezoidal qeyri-səlis ədədlərin xüsusi formasıdır və onların şifahi dəyişənlərlə asanlıqla başa düşülməsidir (Baykal və Beyan, 2004a: 239).

Şəkil 3. Trapezoidal qeyri-səlis ədədlər



Trapezoidal qeyri-səlis ədəd dörd parametrlə müəyyən edilir. A1 və a4, qeyri-səlis çoxluq dəstəyinin aşağı və yuxarı sərhəd qiymətləri, a2 və a3 tam üzvlük nömrələri çoxluğunun sərhədlərini təmsil edən üzvlük funksiyalarıdır:

$$\mu_A(x) = \begin{cases} 0, & x < a1 \\ (x - a1)/(a2 - a1), & a1 \le x \le a2 \\ 1, & a2 \le x \le a3 \\ (x - a4)/(a3 - a4), & a3 \le x \le a4 \\ 0, & x > a4 \end{cases}$$

Gündəlik ekspert qiymətləndirmələrinin bəzi nümunələrini aşağıdakı şəkildə izah etmək mümkündür:

1. «Sabah üçün hava proqnozu necədir? Həqiqətən bilmirəm, amma əminəm ki, hava isti olacaq». Bu misalda söhbət zamanı ekspert linqvistik baxımdan gözlənilən hava haqqında fərziyyə təqdim edir və ona inam dərəcəsini qeyd edir. Buna görə X = Sabah üçün hava proqnozu və Z =<isti, tam əmin>.

2. «Kurs işini bitirməyim təxminən 2 həftə çəkir». Beləliklə, X = Kurs işini bitirmək üçün vaxt və Z=<təxminən 2 həftə>.

Ekspert qiymətləndirməsinin etibarlılıq və ya etibarlılıq dərəcəsi iki yolla, yəni açıq və ya gizli formada təqdim edilə bilər. Açıq forma birinci misalda "tamamilə əmin" linqvistik terminində, gizli forma isə ikinci misaldakı kontekstdə əks olunmuşdur.

Ekspert rəyinin Z nömrəyə çevrilməsinin təklif olunan üsulu ekspertin bilik vermək üçün doldurmalı olduğu ciddi formanı təsvir etməklə bağlıdır. Hər bir ekspert formanı işlənmiş formada yazılmış sualla doldurараq öz fikrini bildirir.Formada ⋔ ilə N bölmə olmalıdır. Hər bölmədə C ∈ ⋔ meyarının O ∈ Ω obyektinə münasibətini təsvir edən bir neçə sual olmalıdır. Birinci və dördüncü suallar Z- rəqəminin əsas hissəsi ilə, digər suallar bir növ birinci komponent üçün etibarlılıq ölçüsü ilə bağlıdır. Ekspert rəyi əsasında C-yə uyğun olaraq O-nun mövzu ilə bütün əlaqəsini təsvir edə bilən müxtəlif Z-rəqəmlərini bir Z rəqəminə toplamaq lazımdır. Toplamanın ən azı üç üsulu var:

1. Z ədədini sadə qeyri-səlis ədədə çevirmək və sadə üsullardan istifadə etməklə toplamaq
2. A və B hissəsinin ayrı-ayrılıqda cəmlənməsi
3. Z ədədini Z+ ədədinə çevirmək, Z+ ədədlərini toplamaq və sonra verilmiş Z+ ədədini Z ədədinə çevirmək

Nəticə

Qeyri-səlis məntiq yanaşmasının klassik yanaşmalarla müqayisədə bəzi üstünlükləri və mənfi cəhətləri var. Qeyri-səlis məntiq konsepsiyasının üstünlüklərini aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

- Qeyri-səlis məntiqin ən mühüm üstünlükləri onun insan təfəkküründə yaxın olması, riyazi modellərə uyğunlaşması, tətbiqinin sürətli və ucuz olması, insan davranışlarını formalaşdırmaq və yeni imkanlara açıq olmasıdır.
- Qeyri-səlis məntiq yanaşmasının riyazi modelə ehtiyacı olmadığı üçün, riyazi modeli yaxşı müəyyən edilməmiş zamanla dəyişən və qeyri-xətti sistemlər ən uğurlu tətbiq sahələridir O, həm də çox mürəkkəb, qeyri-müəyyən sistemlərin yaradılmasına imkan verir.
- İnsan faktorunun, qeyri-müəyyənliyin, şəxsi qərəzliliyin, davranış və məqsədlərin iştirak etdiyi vəziyyətlərdə tətbiq tapdığı üçün real həyat problemləri üçün klassik riyazi modelləşdirmədən daha çevik və təhlükəsizdir.

Qeyri-səlis məntiqin üstünlükləri ilə yanaşı, bəzi çatışmazlıqları da var. Bu çatışmazlıqlardan bəzilərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Qeyri-səlis məntiq tətbiqlərində qaydalar ekspert təcrübəsinə əsaslanaraq müəyyən edilməlidir. Üzvlük funksiyalarını və qeyri-səlis məntiq qaydalarını müəyyən etmək həmişə asan olmur.
- Üzvlük funksiyalarının müəyyən edilməsində müəyyən nəticələr verən konkret metod və öyrənmə qabiliyyəti yoxdur. Ən əlverişli üsul sınaq və səhvdir ki, bu da çox uzun müddət çəkə bilər. Uzun sınaqlar olmadan nə qədər üzvlük funksiyasına həqiqətən ehtiyac duyulduğunu təxmin etmək çox çətindir.
- Qeyri-səlis məntiqin əsas problemi sistemlərin dayanıqlığının, müşahidə oluna bilməsinin və idarə oluna bilməsinin təhlili üçün sübut edilmiş metodun olmamasıdır. Bu gün bu, yalnız bahalı təcrübələrlə mümkündür (Elmas, 2003a: 39-40).
- Xüsusi formal dizaynın olmaması və yaxşı ölçülərin olmaması, ənənəvi üsullarla müqayisədə onun nə qədər yaxşı nəticə verəcəyini və nə vaxt istifadə olunacağını təxmin edə bilməməsi onun mənfi cəhətləri arasında sayıla bilər.

ƏDƏBİYYAT

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

1. Allahverdi N.Uzman Sistemler Bir Yapay Zeka Uygulaması, Atlas Yayın Dagıtım, İstanbul, 2010
2. Baykal N., Beyan T. Bulanık Mantık İlke ve Temelleri. Ankara, 2014
3. Baykal N., Beyan T. Bulanık Mantık Uzman Sistemler ve Denetleyiciler. Ankara, 2014
4. Bojadziev G., Bojadziev M. Fuzzy Sets, Fuzzy Logic, Applications, World Scientific, London, 2013
5. Elmas C. Bulanık Mantık Denetleyiciler. Ankara, 2012
6. Ertugrul, İ. Bulanık Mantık ve Bir Uretim Planlamasında Uygulama Ornegi, İstanbul, 2015
7. Kosko B.Fuzzy Engineering, Prentice Hall, New Jersey, 2016
8. Nguyen H.T.,Walker E.A. A First Coursein Fuzzy Logic, Chapman&Hall/Crc, Florida, 2013
9. Li, D. F., Yang, J. B. Fuzzy Linear Programming Technique for Multiattribute Group Decision Makingin Fuzzy Environments, Information Sciences**.** London, 2014
10. Yen J., Langari R. Fuzzy Logic, Intelligence, Control and Information, Prentice Hall, New Jersey, 2019

ОБОБЩЕННОЕ ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКОГО ЧИСЛА

Ахира Султанова[1], Шабнам Гулиева[2]
[1,2]Факультет "Информационные технологии и менеджмент",[1,2]Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности,
[1]Доктор философии по экономике,
[2]Магистрант, shabnamguliyevaa@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Нечеткая логика-это математическая дисциплина, которая приводит к структуре, которую мы используем в повседневной жизни и интерпретируем свое поведение. Мы видим концепции нечеткой логики во многих местах нашей жизни . Нечеткая логика особенно полезна в очень сложных системах, которые трудно понять и которые основаны на интерпретации, а также в процессах, основанных на человеческом мышлении, восприятии или принятии решений. Нечеткая теория, лежащая в основе нечеткой логики, представляет собой математическое выражение неопределенных понятий. Еще одно нововведение в нечеткой теории-это характер используемой информации. Нечеткая теория использует больше перцептивных знаний, чем знаний, основанных на измерениях. Но теория вероятностей не может обрабатывать информацию на основе восприятия. Потому что в теории вероятностей нет механизма для указания и рассмотрения значения восприятий. С другой стороны, в нечеткой теории можно вычислять словами, а не числами. С помощью нечеткой теории события можно сделать более реалистичными и объяснить с помощью вербальных переменных.
Обобщенное экспертное мнение на основе нечеткого числа Несмотря на широкое применение многих методов нечеткой логики, особенно в области нечеткого принятия

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

решений, представляется очень важным говорить о методике принятия решений без привязки к достоверности и обоснованности анализируемых Например, на основе информации с низкой достоверностью принятое решение имеет тенденцию быть бесполезным или даже вредным для использования на практике.В этом случае числа Z обладают значительным потенциалом для описания неопределенности человеческих знаний, поскольку как экспертное числа связаны с ограничением и надежностью измеренного значения. Поэтому в статье предлагается метод преобразования мнения экспертов в число Z и представлен новый подход к агрегированию.
Ключевые слова: нечеткая логика, число Z, треугольные нечеткие числа, трапециевидные нечеткие числа, мнение экспертов

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-332

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
342-353

ASSESSMENT OF THE MODERN ADVERTISING MARKET

Muslimat Allahverdiyeva[1], Shahriyar Isayev[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics, [1,2] Department of Economics and Technological Sciences
[1] Docent, Doctor of philosophy in economics, muslimatallahverdiyeva@mail.ru
[2] Master student, sehriyar.isayev2000@gmail.com

ABSTRACT

The advertising market today is an important area of the national economy and is part of the information system of society, and information and technologies that affect the mass consciousness are today the main factors in the development of the social system. The use of the media to distribute advertising makes it possible to have an uncontrolled impact on the broad masses of people. It is this aspect of advertising that makes it necessary to regulate this sphere of public relations by the state. State regulation of the advertising market can be defined as the influence of authorized state bodies on advertising market relations within the framework of the implementation of the powers assigned to them in order to implement state policy on the advertising market.

In modern market conditions, the activities of the advertising business are influenced by a combination of external and internal conditions and factors that affect entrepreneurial activity in the field of advertising services and require the prompt adoption of effective, non-standard commercial and creative decisions. In this regard, we should talk about the external and internal market environment of the advertising business. Today, the advertising market is assigned one of the main roles of a single element, the mechanism of functioning of a market economy. The level of development of the national economy, its ability to produce and sell the entire commodity mass reflects the degree of organization, the presence of a well-established object-subjective structure. Thus, modernthe composition of the advertising market is a system of interaction between various market agents related to the purchase and sale of advertising products. The system of advertising services, which plays a decisive role in the organization of on-farm and commercial relations, occupies the main place in the organization of on-farm and commercial relations of the state. The advertising market is a complex system of levels, elements, sectors that make up numerous communications in society. Such a dynamically developing system depends, first of all, on the creation of effective communications in society in order to achieve a certain image, reputation, increase sales, form consumer demand, based on a comprehensive assessment and consideration of the influence of internal factors.

An advertising intermediary is a natural or legal person engaged in the development and implementation of advertising activities in accordance with the interests of the client on behalf of the advertiser or through the dissemination of advertising information. In other words, advertising intermediaries mean all organizations or individuals between advertisers and the means of dissemination of advertising information. The main entities of the advertising market also include the means of dissemination of advertising information and the communication channels that convey the message of the advertiser to his audience. It should be noted that the successful operation of advertising agencies depends more on the selection of specific means of advertising distribution, including advertising in the press; print advertising; television advertising; radio advertising; street advertising; advertising in transport (inscriptions on the outer surface of

vehicles, advertisements printed on the interiors of vehicles). Another main subject of the advertising market, on which all the efforts of advertisers are directed, is the consumer. Consumers of advertising are individuals or legal entities to whom advertising information is transmitted. When analyzing advertising consumers, it is necessary to distinguish between the people to whom the advertising activity is specifically directed and the people to whom this advertising is delivered. On the one hand, the advertiser or advertising agency may not consider the interests of the general public. Therefore, when marking the consumers of advertising, it is necessary to remember not only the people to whom it is directed, but also all the people who may come into contact with it.

One of the most important components of the advertising market, which cannot be classified as either primary or secondary, is the state. The main functions of the state in the advertising market are to develop the rules of the game in this market. The formation of a developed market economy based on the pluralism of forms of ownership and freedom of entrepreneurial activity is impossible without maintaining the system of state regulation of the economy as a whole and its individual elements, including the advertising market.

The article is devoted to the issues of analysis and assessment of the impact of the development of internet marketing on advertising. In this study, the components of the modern advertising market were analyzed, the features of the development of the modern advertising market were carried out.

Keywords: advertising, advertiser, advertising market, advertising market trends.

MÜASİR REKLAM BAZARININ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Müslümat Allahverdiyeva[1], Şəhriyar İsayev [2]
[1,2] Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2] "İqtisadiyyat və texnoloji elmlər" kafedrası,
[1] Dosent, İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru, muslimatallahverdiyeva@mail.ru
[2] Magistr tələbəsi, sehriyar.isayev2000@gmail.com

XÜLASƏ

Reklam bazarı bu gün milli iqtisadiyyatın mühüm sahəsidir və cəmiyyətin informasiya sisteminin bir hissəsidir və kütləvi şüura təsir edən informasiya və texnologiyalar bu gün sosial sistemin inkişafında əsas amillərdir. Reklamın yayılması üçün KİV-dən istifadə insanların geniş kütlələrinə nəzarətsiz təsir göstərməyə imkan verir. Məhz reklamın bu aspekti ictimai münasibətlərin bu sferasının dövlət tərəfindən tənzimlənməsini zəruri edir. Reklam bazarının dövlət tənzimlənməsi, səlahiyyətli dövlət orqanlarının reklam bazarı ilə bağlı dövlət siyasətini həyata keçirmək məqsədi ilə onlara verilmiş səlahiyyətlərin həyata keçirilməsi çərçivəsində reklam bazarı münasibətlərinə təsiri kimi müəyyən edilə bilər.

Müasir bazar şəraitində reklam biznesinin fəaliyyətinə reklam xidmətləri sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir edən və effektiv, qeyri-standart kommersiya və yaradıcı qərarların operativ qəbulunu tələb edən xarici və daxili şərait və amillərin məcmusundan təsirlənir. Bu baxımdan reklam biznesinin xarici və daxili bazar mühitindən danışmalıyıq. Bu gün reklam bazarına vahid elementin, bazar iqtisadiyyatının fəaliyyət mexanizminin əsas rollarından biri verilir. Xalq təsərrüfatının inkişaf səviyyəsi, onun bütün əmtəə kütləsini istehsal və satmaq qabiliyyəti

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

təşkilatlanma dərəcəsini, yaxşı qurulmuş obyekt-subyektiv strukturun mövcudluğunu əks etdirir. Beləliklə, müasirreklam bazarının tərkibi reklam məhsullarının alqı-satqısı ilə bağlı müxtəlif bazar agentləri arasında qarşılıqlı əlaqə sistemidir. Təsərrüfatdaxili və kommersiya əlaqələrinin təşkilində həlledici rol oynayan reklam xidmətləri sistemi dövlətin təsərrüfatdaxili və kommersiya əlaqələrini təşkil edən əsas yer tutur. Reklam bazarı cəmiyyətdə çoxsaylı kommunikasiyaları təşkil edən səviyyələrin, elementlərin, sektorların mürəkkəb sistemidir. Belə dinamik inkişaf edən sistem, ilk növbədə, daxili amillərin təsirinin hərtərəfli qiymətləndirilməsi və nəzərə alınması əsasında müəyyən imic, reputasiya əldə etmək, satışları artırmaq, istehlakçı tələbatını formalaşdırmaq üçün cəmiyyətdə səmərəli kommunikasiyaların yaradılmasından asılıdır.
Məqalə internet marketinqinin inkişafının reklam sahələrinə təsirinin təhlili və qiymətləndirilməsinin təhlili məsələlərinə həsr olunmuşdur. Bu tədqiqatda müasir reklam bazarının komponentlərinin təhlil edilmiş, müasir reklam bazarının inkişaf xüsusiyyətləri aparılmışdır.
Açar sözlər: reklam, reklamçı, reklam bazarı, reklam bazarının tendensiyaları.

Giriş

Reklam bazarı hər bir ölkənin iqtisadiyyatının ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilir və onun əmtəə bazarlarına təsiri durmadan artır. Reklam verənin uğuru eyni zamanda əmtəə istehsalçısının uğuru deməkdir. İqtisadi mənada reklam bazarı reklam xidmətlərinə tələb və təklifin qarşılaşdığı və onların dəyərinin yarandığı yerdir. Geniş mənada reklam bazarı ictimai bir reklam xidmətinə olan ehtiyacını ödəmək üçün nəzərdə tutulmuş sosial institutdur.
Reklam fəaliyyəti reklam bazarının subyektlərinin qarşılıqlı əlaqəsi vasitəsilə həyata keçirilir. Demək olar ki, hər hansı bir az və ya çox inkişaf etmiş reklam bazarı çərçivəsində bu bazarın subyektlərinin dörd əsas qrupu var və bunlar reklamçılar, reklam vasitəçiləri, reklam vasitələri, reklam istehlakçılarıdır. Reklamçı reklam bazarının bazar formalaşdıran subyektidir, reklam xidmətlərinə tələbat yaradır və reklam xidmətlərinin müştərisi funksiyasını yerinə yetirir. Reklam verənin müştərisidir. Reklamçı reklam xidmətləri üçün təklif yaradan və onları reklam verənlərin sifarişi ilə təqdim edən reklam bazarının bazar formalaşdıran subyektidir. Reklamçı reklam bazarının subyekti, reklam verənin və ya reklam icraçısının sifarişi ilə reklam daşıyıcıları vasitəsilə ödənişli reklam məlumatı yayır. Reklam istehlakçısı reklam bazarının subyekti, reklam məlumatının alıcısıdır. Reklam bazarında əsas rol bazar formalaşdıran subyektlərə, reklam xidmətlərinə tələb və təklif yaradanlara, reklam müştərilərinə və reklam icraçılarına məxsusdur. Müasir reklam bazarının əsas subyektləri ilə yanaşı, ikinci dərəcəli olanlar da var və bunlar subpodratçı kimi çıxış edən, məsələn, ötürücü və qəbuledici qurğulara sahib və ya onları idarə edən köməkçi təşkilatlardır (Zemlyanskaya E.A., Savelieva M.V., 2013: s.183). Reklamçı reklam prosesinin təşəbbüskarı olan və bir qayda olaraq, onun haqqını ödəyən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Reklam verən reklamın kim üçün nəzərdə tutulacağını, bunun üçün hansı mesajın çatdırılma vasitələrindən istifadə edəcəyini, reklam xərclərinin büdcəsini və reklam kampaniyasının müddətini müəyyən edir. İstənilən ticarət və ya istehsal şirkəti, bank, investisiya şirkəti, tələblərə uyğun olaraq reklam üçün pul ödəyən fərdi sahibkar reklamçı kimi çıxış edə bilər.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi müəssisələrin fəaliyyətinin səmərəliliyini artırmaq üçün reklam xidmətləri sahəsində internet marketinqinin formalaşdırılması üçün nəzəri müddəaların və praktiki tövsiyələrin işlənib hazırlanmasıdır.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Müasir marketinq informasiya cəmiyyətində reklamın transformasiyasını adekvat şəkildə əks etdirən yeni paradiqmanın inkişaf etdirilməsi üçün məqsədyönlüdür. Müasir marketinq proseslərinin elmi təhlili göstərir ki, reklamın effektiv olmamasının səbəbləri daha çox onun informasiya iqtisadiyyatının inkişaf tendensiyalarına uyğun olmaması ilə bağlıdır. İstehlakçıların üstünlüklərinin monitorinqinin nəticələrini əks etdirən fərdi marketinqin həyata keçirilməsi, adekvat marketinq strategiyalarının tətbiqi və istehlakçılarla ikitərəfli qarşılıqlı əlaqənin təmin edilməsi zərurəti internet texnologiyalarına peşəkar cəlb olunmaqla bağlıdır. İnternet marketinq kommunikasiyalarının innovativ sahəsidir, müasir reklamın köklü transformasiyası imkanlarının cəmləndiyi və şəbəkə istifadəçiləri kimi istehlakçılarla prinsipcə yeni münasibətlərin yarandığı yerdir.

Metodlar

Təqiqat zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Bundan əlavə, tədqiqat prosesində qrafik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından da geniş istifadə olunmuşdur. Təhlildə empirik tədqiqat metodlarından da istifadə edilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişaf üçün potensial imkanları müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Sosial-mədəni sistemin bir hissəsi olan reklam bazarı iqtisadi, sosial və mədəni reallıqların təkamülü ilə birlikdə inkişaf edir. Buna görə də reklam bazarı anlayışı bazar subyektləri arasında yaranan və inkişaf edən geniş iqtisadi, hüquqi, sosial-mədəni münasibətlər sistemini təmsil edən kateqoriya kimi də çıxış edə bilər. Reklam bazarının əsas funksiyaları cədvəl 2.1-də təqdim edilmişdir.

Cədvəl 2.1. Reklam bazarının əsas funksiyalarını.

Reklam xidmətlərinə ehtiyac və reklam xidmətlərinin istehlakçılarından səmərəli tələb
Təklif yaradan reklam xidmətləri istehsalçılarının olması
Reklam xidmətləri istehsalçıları arasında rəqabətin olması
İnkişaf etmiş infrastrukturun mövcudluğu
Subyektlərin münasibətlərini tənzimləyən hüquqi qanunların mövcudluğu
Subyektlərə münasibətdə dövlətin əmredici rolunun olmaması

Mənbə:Yıldırım V. 2015: s.264, məlumatlarınaəsasənmüəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Reklam bazarının fəaliyyət göstərməsi üçün bir sıra sosial-iqtisadi şərtlər zəruridir (Yıldırım V. 2015: s.266):

- Müvafiq mənfəət əldə etmək
- Qiymətləri müəyyən etmək
- Yaradılmış məhsula müstəqil sərəncam vermək
- Reklam bazarı subyektlərinin iqtisadi azadlığı
- Reklam bazarı iqtisadi əsaslarla bazar subyektlərinin münasibətlərini yaradır və tənzimləyir. İqtisadi tənzimləyici kimi çıxış edən reklam bazarı:

- Reklam verənlərin və reklam icraçılarının maraqlarını iqtisadi əsaslarla, reklam istehsalçılarının tələbat vasitəsilə ifadə olunan reklam xidmətlərinə olan tələbatlarının ödənilməsində maraqlarını birləşdirir;
- Reklam xidmətlərinə tələb və təklif arasında tarazlığın aradan qaldırılmasına töhfə verir və onları bazarın tələblərinə uyğunlaşdırır;
- Bazarda baş verən iqtisadi proseslər barədə subyektləri iqtisadi göstəricilər vasitəsilə məlumatlandırır;
- Reklam biznesinin inkişafına şərait yaradır, onun səmərəliliyinistimullaşdırır, liderləri, bazarın vəziyyətini daha yaxşı bilənləri, reklam xidmətlərinin daha az xərcləri və keyfiyyəti yüksək olanları müəyyən edir;
- Reklam xidmətlərindəki kəsiri aradan qaldırır və sahibkarlıq subyektlərinin imkanlarını genişləndirir.

İnkişaf prosesi ilə əlaqədar olaraq həm cəmiyyət, həm də bazar subyektlərinin fəaliyyətinin müxtəlif aspektləri ilə bağlı münasibətlər, reklam bazarının tənzimləyici funksiyaları daim transformasiya olunur. Reklam bazarı müxtəlif növ bazarların bütöv sistemini özündə birləşdirən ümumiləşdirilmiş anlayışdır. Müasir reklam bazarı çoxşaxəli, çoxsəviyyəli sistemdir. Bir sistem kimi reklam bazarının tipologiyası müxtəlif amillərə əsaslana bilər. Müasir reklam bazarının tərkibini aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar (Tokat B, Derya Ş, 2010: s.203):

- Ərazi əhatəsinə görə (qlobal (ümumdünya), milli, regional, yerli);
- Sənaye üzrə (televiziya reklam bazarı, xarici reklam bazarı, radio reklam bazarı, mətbuat reklam bazarı, onlayn reklam bazarı);
- Funksiyasına və təyinatına görə (kommersiya reklam bazarı, siyasi reklam bazarı);
- Rəqabət səviyyəsinə görə (mükəmməl rəqabət bazarı, xalis inhisar bazarı, inhisarçı rəqabət bazarı, oliqopolist bazar);
- İnkişaf dinamikası baxımından (yüksək, aşağı dinamik və azalan tələblə);
- İnkişaf perspektivləri baxımından (yüksək perspektivli və perspektivli, perspektivsiz);
- İnhisarlaşma dərəcəsinə görə (mütləq inhisarlaşmış bazar, inhisarlaşmış bazar, qeyri-inhisar).

Qeyd etmək lazımdır ki, digər bazarlar kimi, reklam bazarının da öz infrastrukturu var. Bütövlükdə bazarın fəaliyyətinə töhfə verən müxtəlif təşkilatlar reklam bazarının infrastrukturu kimi çıxış edirlər. Reklam bazarının infrastrukturuna istehlakçıların davranışını, reklam məlumatlarının yayılması vasitələrini, bütövlükdə mal və xidmətlər bazarını, istehlakçılara təsir üsullarını və s. öyrənən tədqiqat, marketinq, konsaltinq təşkilatları daxildir.

Reklam vasitəçisi müştərinin mənafeyinə uyğun olaraq reklam fəaliyyətinin işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsində reklam verənin adından və ya reklam məlumatının yayılması vasitəsi ilə məşğul olan fiziki və ya hüquqi şəxsdir (Aktepe E. (2014: s.170). Başqa sözlə, reklam vasitəçiləri dedikdə, reklam verənlərlə reklam məlumatının yayılması vasitələri arasında bütün təşkilatlar və ya şəxslər başa düşülür. Reklam bazarının əsas subyektlərinə həmçinin reklam məlumatının yayılması vasitələri reklamçının mesajını onun auditoriyasına çatdıran rabitə kanalları daxildir. Qeyd etmək yerinə düşər ki, reklam agentliklərinin uğurlu fəaliyyəti daha çox reklamın yayılmasının konkret vasitələrinin, o cümlədən mətbuatda reklamın seçilməsindən asılıdır; çap reklamı; televiziya reklamı; radio reklamı; küçə reklamı; nəqliyyatda reklam (nəqliyyat vasitələrinin xarici səthindəki yazılar, nəqliyyat vasitələrinin interyerlərində çap edilmiş reklamlar). Reklamçıların bütün səylərinin yönəldildiyi reklam bazarının digər əsas subyekti

istehlakçıdır. Reklamın istehlakçıları reklam məlumatının ötürüldüyü fiziki və ya hüquqi şəxslərdir. Reklam istehlakçılarını təhlil edərkən, reklam fəaliyyətinin xüsusi olaraq yönəldildiyi şəxsləri və bu reklamın gətirildiyi şəxsləri ayırmaq lazımdır. Bir tərəfdən, reklam verən və ya reklam agentliyigeniş ictimaiyyətin maraqlarını nəzərə almaya bilər. Odur ki, reklamın istehlakçılarını qeyd edərkən təkcə onun yönləndirildiyi şəxsləri deyil, onunla təmasda ola biləcək bütün şəxsləri də xatırlamaq lazımdır.

Reklam bazarının nə əsas, nə də ikinci dərəcəli kimi təsnif edilə bilməyən ən mühüm komponentlərindən biri dövlətdir. Dövlətin reklam bazarında əsas funksiyaları bu bazarda oyun qaydalarını inkişaf etdirməkdir. Mülkiyyət formalarının plüralizminə və sahibkarlıq fəaliyyəti azadlığına əsaslanan inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatının formalaşması bütövlükdə iqtisadiyyatın və onun ayrı-ayrı elementlərinin, o cümlədən reklam bazarının dövlət tənzimlənməsi sistemini saxlamadan mümkün deyildir.

Reklam fəaliyyətinin dizaynı reklam bazarının subyektlərinin reklamçılar, reklam vasitəçiləri, reklam vasitələri, reklam istehlakçıları, peşəkar birliklər və dövlətin qarşılıqlı əlaqəsi vasitəsilə həyata keçirilir. Reklam həm güzgü olmaqla, həm sosial proseslərin və münasibətlərin bir növ əks olunması, həm də cəmiyyətin ehtiyaclarının ödənilməsinə müəyyən töhfə vermək və müəyyən sosial funksiyaları yerinə yetirmək üçün mövcud olan idarəetmə vasitəsi olmaqla, ikili rol oynayır. Bazarda reklam məhsulunun təşviqi formalarının, metodlarının, texnologiyalarının və yollarının dinamik transformasiyası bazar iqtisadiyyatının bütün elementləri arasında münasibətlərin və qarşılıqlı əlaqələrin ümumi xüsusiyyətlərini əks etdirən bir sıra makroiqtisadi qanunların təsiri altında baş verir. İlk növbədə, reklam bazarının inkişafına artan tələbat qanunu, tələb və təklif qanunu, azalan gəlirvə azalan marjinal faydalılıq qanunları kimi bazar qanunları təsir edir (Brown S. 2018: p.243). Eyni zamanda, reklam bazarı reklam biznesində fəaliyyətə xüsusi yanaşmanı müəyyən edən bir sıra spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. İlk növbədə, reklam bazarının yüksək dinamizmini qeyd etmək lazımdır ki, bu da reklam xidmətlərinə tələb və təklifin yüksək dəyişkənliyi ilə bağlıdır. Daim yeni reklam texnologiyaları yaranır, reklam məlumatlarının təşviqinin yeni üsulları təklif olunur, reklam bazarının iştirakçılarının sayı artır, onun strukturu dəyişir, keyfiyyət xüsusiyyətləri dəyişir, strukturlaşması baş verir, müəyyən növlər arasındakı nisbətlər reklam fəaliyyəti dəyişir, reklam bazarının əsas subyektləri arasında iqtisadi-hüquqi münasibətlər hamarlaşır. Müasir reklam bazarı kapital dövriyyəsinin yüksək tempi ilə xarakterizə olunur ki, bu da reklam məhsullarının hazırlanması və istehsalında istehsal dövrünün qısalmasının nəticəsidir və reklam biznesinin əsas üstünlüyüdür. Müasir reklam bazarının mühüm xüsusiyyəti onun bazar vəziyyətindəki dəyişikliklərə yüksək həssaslığıdır ki, bu da reklam tələbatının ödənilməsinin yeni formalarının işlənib hazırlanmasında və tətbiqində, müasir reklam texnologiyalarının tətbiqində, reklam bazarına təsir göstərməyin effektiv üsullarından istifadə edilməsində özünü göstərir.

Müasir reklam bazarının spesifikliyi reklam məhsulu ilə reklam istehlakçısının şəxsi və ya dolayı əlaqəsinin olması ilə də özünü göstərir ki, bu da həm reklam istehsalçısının, həm də reklamın distribyutorunun və reklamçının reklam fəaliyyətinin yekun nəticəsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir (Gritsuk A.P. 2011: s.63). Reklam əlaqəsinin həyata keçirilməsi bir tərəfdən reklam bazarının iştirakçıları arasında kommunikasiya əlaqələrinin genişlənməsinə şərait yaradır, digər tərəfdən isə istehsalçının peşəkar keyfiyyətlərinə, təcrübəsinə, etikasına, yaradıcılığına və ümumi mədəniyyətinə olan tələbləri artırır. Müasir reklam bazarı reklam təsirinin nəticəsinin qeyri-müəyyənliyi ilə xarakterizə olunur. Yekun qiymətləndirmə yalnız reklam xidmətinin, yəni konkret reklam mesajının, ifşanın, əlaqənin istehlakından sonra mümkündür. Əvvəlcə reklamın təsirini

qiymətləndirmək üçün yalnız dolayı üsullardan istifadə edilə bilər ki, bu da reklam bazarının bazar amillərindəki dəyişikliklərə yüksək həssaslığını nəzərə alaraq həmişə dəqiq nəticələr əldə etməyə imkan vermir.

Ənənəvi olaraq, istehlakçıların mal və ya xidmətlər barədə məlumatlandırılması televiziya, radio, çap mediası, telefon, eləcə də hər il əlçatanlığı artan internet kimi kütləvi informasiya vasitələri vasitəsilə həyata keçirilir. İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafı şəraitində reklam fəaliyyəti rəqiblərlə müqayisədə istehlakçı tələbatının ən tam və səmərəli şəkildə ödənilməsinəyönəldilməklə yanaşı, həm ayrı-ayrı istehlakçıların, həm də bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına töhfə verməlidir. Reklam bazarı informasiya və şəbəkə texnologiyalarının intensiv inkişafının, təşkilatların biznes proseslərinin internetə inteqrasiyasının təsiri altında daim inkişaf edir (Babacan M. 2012: s.106). Reklam bazarı, ölçüsü, əhəmiyyəti və işgüzar davranışı baxımından heterojen olan çoxlu sayda iştirakçıların olması ilə xarakterizə olunur və son zamanlar sərvətlərin tərəqqisi və böyüməsi ilə sıx əlaqəli olan bazarlardan biridir. Bu bazarın xüsusiyyətləri reklamın müəyyən bir aspektinə dair məlumatları əks etdirə bilər, bunlar arasında: reklama investisiyalar, bazar iştirakçılarının fəaliyyəti, reklam agentlikləri, reklamda istifadə olunan əsas media və bu kommunikasiya vasitəsi ilə təşviq edilən məhsulların əsas kateqoriyalarıdır. Reklam bazarının faktiki ölçüsü əksər sənaye hesabatlarında müxtəlif media orqanlarının reklam xərcləri kimi ifadə edilir. Bu məsrəflər reklamçılar tərəfindən KİV-də reklam məkanı və vaxtı üçün ödənilən məbləğləri əks etdirir və eyni zamanda, reklamın planlaşdırılması, yaradılması, həyata keçirilməsi və monitorinqinə sərf edilən əhəmiyyətli vaxt məbləğlərini əhatə etmir. Reklamın informasiya mənbəyi kimi müsbət təsiri ilə yanaşı, istehlakçıların etimadını azaldan məlumatın yerləşdirilməsinin ödənişli olması, mal və xidmətlər haqqında rəylərin təlqin edilməsinə yönəlmiş reklamın aqressiv xarakteri kimi çatışmazlıqlar da mövcuddur. Faktiki vəziyyətin təhrif edilməsinə gətirib çıxarır və düzgün qərarların qəbulunu çətinləşdirir. Nəticədə istehlakçıların reklama inamında azalma müşahidə olunur ki, bu da reklamçıları istehlakçılarla əlaqə saxlamağın yollarını axtarmağa məcbur edir. Reklam bazarında baş verən dəyişikliklər bir çox amillərdən asılıdır ki, onların təsiri altında ayrı-ayrı bazar seqmentlərinin pay nisbətləri dəyişir (televiziya, radioda reklam, açıq hava reklamı, nəqliyyatda reklam və s.). İstehlakçılar tərəfindən reklam qavrayışının dəyişdirilməsi yaradıcı həllərin daimi təklifini və eyni zamanda, reklam mesajlarının ötürülməsi üçün effektiv kanalların olmasını tələb edir. Həmçinin müasir texnologiyaların yaranması marketinq kommunikasiyalarının təşkili xərclərini optimallaşdırmağa imkan verir. Reklamda internet kommunikasiyalarından istifadənin artması reklam xərclərinin azaldılması, hədəf auditoriyaya çatmaq imkanlarının genişləndirilməsi, yeni istifadəçi seqmentlərinə çatmaq kimi səbəblərlə bağlıdır. Reklam bazarının vəziyyətinin və inkişaf istiqamətlərinin öyrənilməsi əmtəə və xidmətlər haqqında məlumatların yayılması üçün marketinq kanalı kimi reklam konsepsiyasının inkişafı üçün nəzəri və praktiki müddəaların toplanması və təhlilinə əsaslanırdı. Yerli və xarici alimlərin əsərləri, statistika komitəsinin statistik hesabatının materialları, habelə reklamın inkişafı ilə bağlı tədqiqatlarla məşğul olan beynəlxalq təşkilatların analitik hesabatları və nəşrləri öyrənilmişdir.Marketinq kompleksinin tərkib hissəsi kimi reklam fəaliyyətinin nəzəriyyəsinə, mal və xidmətlərin təşviqində reklamın roluna böyük diqqət yetirilir. Həm də son vaxtlar daha çox analitik rəylər internet reklamının inkişafını nəzərdən keçirməyə həsr edilmişdir ki, bu da informasiya texnologiyalarının yayılmasının artması, internet reklamı sahəsində çoxlu sayda yeni fəaliyyət sahələrinin meydana çıxması ilə izah olunur.

Reklam bazarı iqtisadi sistemin bir hissəsidir, digər bazarlarla vəhdətdə fəaliyyət göstərir və bazar iqtisadiyyatının ümumi qanunları çərçivəsində inkişaf edir, reklam xidmətlərinə ictimai ehtiyacı

təmin edir. 1980-1990-cı illərdə demək olar ki, bütün dünyada reklam sənayesi fəal inkişaf etmişdir (Ekelund R.B, Saurman D.S. 2013: s.141). Bu proses mərkəzi və Şərqi Avropa, Rusiya və Asiya-Sakit Okean regionu ölkələrində xüsusilə aktiv idi. Hal-hazırda reklam bazarı dünyanın bir çox ölkələrində iqtisadiyyatın inkişaf etmiş seqmentidir və bu bazarın əsas subyektləri - reklamçılar, reklam istehsalçıları, reklamlar arasında yaranan və inkişaf edən geniş iqtisadi, hüquqi, sosial-mədəni və digər münasibətlər sistemini özündə birləşdirir. Onların arasında reklam prosesinin və bütövlükdə bazarın fəaliyyətinin əsasını təşkil edən sıx iqtisadi əlaqə mövcuddur. Konkret iqtisadiyyat daxilində reklam bazarının vəziyyəti bilavasitə ölkədəki ümumi iqtisadi vəziyyətdən asılıdır, ona görə də bazarda reklam fəaliyyəti bəzən iqtisadi inkişafın bir növ göstəricisi kimi qəbul edilir. Reklam bazarının inkişafının əsas tendensiyaları aşağıdakılardır (Tayfur G. 2016: s.92):

- Qloballaşma;
- İnteqrasiya;
- Konsentrasiya;
- Şəbəkələr;
- Diversifikasiya.

Müasir reklam bazarı qlobal iqtisadiyyatın tərkib hissəsidir, ona görə də, bir tərəfdən, bütövlükdə dünya iqtisadiyyatında olduğu kimi, orada da eyni proseslər gedir, digər tərəfdən, spesifik hadisələr də mövcuddur. Bütün dünya iqtisadiyyatı üçün ümumi tendensiya qloballaşma, yəni inteqrasiya sosial-iqtisadi prosesidir ki, bunun da nəticəsində dünya vahid bazara çevrilir. Qloballaşma prosesi bir sıra amillərlə bağlıdır və cədvəl 2.2-də göstərilmişdir.

Cədvəl 2.2. Qloballaşma prosesi bağlı olduğu amillər.

Transmilli şirkətlərin qlobal miqyasda aktiv fəaliyyəti
Təmərküzləşmə və inhisarlaşma proseslərinin artması
Qlobal medianın və qlobal informasiya mübadiləsinin sürətləndirilmiş inkişafı
Müxtəlif mədəniyyətlərin bir-birinə nüfuz etməsi
Ümumi mədəniyyət standartlarının tətbiqi

Mənbə: Tayfur G. 2016: s.92, məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Transmilli və beynəlxalq şirkətlərin qlobal bazarda fəaliyyəti inteqrasiya proseslərinə, onun təsərrüfat subyektlərinin birləşməsinə, onların qarşılıqlı fəaliyyətinin dərinləşməsinə, onlar arasında əlaqələrin inkişafına səbəb olmuşdur. İqtisadi inteqrasiya özünü ilk növbədə sənaye və texnoloji əlaqələrin genişləndirilməsində, resursların bölüşdürülməsində, kapitalın birləşdirilməsində, iqtisadi fəaliyyət üçün əlverişli şəraitin yaradılmasında, qarşılıqlı maneələrin aradan qaldırılmasında özünü göstərmişdir. Bu proseslər ona gətirib çıxarıb ki, transmilli şirkətlər və onların təbliğ etdiyi brendlər bir çox dövlətlərin büdcəsinə bərabər dövriyyə ilə qlobal istehlak malları bazarında lider mövqeyə çıxıblar. Bu gün ən yaxşı qlobal reklamçılar dünya bazarlarının əksəriyyətində hökmranlıq edirlər və onların reklam xərcləri milli reklam bazarlarının əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir.

Müasir bazarda rəqabətin yüksək səviyyəsi onun subyektlərinin birləşmə və satınalmalar yolu ilə təmərküzləşmə proseslərinə səbəb olmuşdur. Birləşmə və satınalma prosesləri nəticəsində iqtisadi səmərəliliyin artması müşahidə olunur, çünki onlar paralel strukturların (inzibati, tədqiqat və

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

təşkilati) azalması ilə müşayiət olunur. Birləşmənin reklam bazarı subyektləri üçün faydaları cədvəl 2.3-də göstərilmişdir.

Cədvəl 2.3. Birləşmənin reklam bazarı subyektləri üçün faydaları.

Sənayedaxili rəqabət azalır və şirkətin konkret bazarda mövqeyi möhkəmlənir; istehsala xidmət göstərən bölmələrin eyni funksiyalarla birləşdirilməsi hesabına xərclərin azaldılmasına nail olunur
Birləşən şirkətlərin bazar dəyəri artır
İstehsalın şaxələndirilməsi dərinləşir
Yeni maliyyə mexanizmlərini cəlb etməklə
İnformasiya mənbələrinə çıxış əldə etməklə iqtisadi gücün artması

Mənbə: Yaylacı G.Ö. 2015: s.54, məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Müasir reklam bazarının mühüm xüsusiyyətlərindən biri reklamın transmilli, reklam agentliklərinin isə beynəlxalq xarakter alması ilə əlaqədar qlobal reklam agentlikləri şəbəkəsinin inkişafı olmuşdur. Qloballaşmanın inkişafı və artan rəqabət səviyyəsi ilə agentliklərin daxili strukturunu və xarici əlaqələrini qlobal reklamçıların artan ehtiyaclarına tez və çevik şəkildə uyğunlaşdırmaq reklam bazarında getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir (Ionova Yu.B., 2015: s.277). Risklərin bölüşdürülməsi, səmərəliliyin artırılması və tənzimləmə sisteminin optimallaşdırılması məqsədilə şəbəkələr adlanan həm şaquli, həm də üfüqi istiqamətdə yeni təşkilatlanma, fəaliyyətin əlaqələndirilməsi və təşkilatlararası qarşılıqlı fəaliyyət formaları formalaşdırılır. Şəbəkələrin ən mühüm xüsusiyyətlərindən biri ümumi inkişaf strategiyası çərçivəsində iştirakçıların ümumi prioritetlərə və maraqlara riayət edilməsinə dair qarşılıqlı razılaşmasıdır. Şəbəkələr bir çox paralel inzibati, tədqiqat və təşkilati strukturları ixtisar etməyə, habelə inzibati iyerarxik sistemin neqativ xüsusiyyətlərini bir tərəfdən, digər tərəfdən isə şiddətli bazar rəqabətini düzəltməyə imkan verdi.
Müasir reklam bazarı konsolidasiya prosesi kiçik reklam agentliklərinin böyük reklam agentlikləri tərəfindən mənimsənilməsi və holdinqlərin formalaşması ilə xarakterizə olunur (Taşkıran N. 2013: s.94). Bu, reklam holdinqlərinə xərcləri minimuma endirməyə və mal və ya xidmətləri üçün bazarları genişləndirməkdə maraqlı olan böyük reklamçılar üçün çox yönlü reklam xidmətləri təqdim etməyə imkan verir. Onların qlobal şəbəkələrinin böyük reklam agentlikləri tərəfindən formalaşması 20-ci əsrin ortalarında başlamışdır. Hazırda qlobal reklam bazarında reklam biznesinin ən gəlirli hissəsini toplayan bir neçə şirkət qrupu üstünlük təşkil edir ki, bu da onlara qlobal reklam bazarının əhəmiyyətli payına nəzarət etməyə imkan verir (Kozlu C. 2011: s.310). Bu qruplar bütün dünyada strateji kommunikasiyalar, ictimaiyyətlə əlaqələr, bazar araşdırması, tanıtım, yaradıcılıq və əlaqəli fəaliyyətlər sahəsində ixtisaslaşmış bir çox agentlik və şirkətlərin birləşməsi və birləşməsi nəticəsində formalaşıb. İndi demək olar ki, bütün ən böyük reklam agentlikləri şəbəkədir və öz adları altında işləməyə davam etsə də, qlobal reklam holdinqlərini əhatə edir. Şəbəkə reklam agentlikləri öz müştərilərini dünyada və ya müəyyən bölgələrdə reklam kampaniyaları üçün eksklüziv müqavilələrlə bağlayır. Müştəri ilə sıx, uzunmüddətli əməkdaşlıq, reklam kampaniyalarının yerli şəraitə uyğunlaşdırılması və onların effektivliyinə nəzarətin formalaşmış ənənəsi şəbəkə reklam agentlikləri ilə əməkdaşlıq etdikləri şirkətlər arasında əlaqələri kifayət qədər möhkəm edir.
Diversifikasiya anlayışı müasir reklam bazarında bazar subyektlərinin, ilk növbədə reklam agentliklərinin fəallığının artması və onların fəaliyyətinin əsas fəaliyyətindən kənarda

genişlənməsi ilə bağlı olan tendensiyalardan birini ifadə edir. Şaxələndirmə prosesi bazarda rəqabətin artması və reklam fəaliyyətinin mürəkkəbliyi ilə bağlıdır. Diversifikasiya reklam bazarının subyektlərinə eyni vaxtda bir neçə bazar seqmentində fəaliyyət göstərməyə imkan verir və onlardan birində vəziyyətin gözlənilməz pisləşməsindən sığortalanır, vəziyyətin dəyişməsinə çevik reaksiya verməyə kömək edir. Reklam biznesində şaxələndirmə son onilliklərdə geniş şəkildə inkişaf etdirilmiş, biznesin çevikliyinin artmasına və reklam xidmətlərinə müxtəlif tələbatın hərtərəfli ödənilməsinə kömək etmişdir.
Reklam müəssisələrinin diversifikasiyası ixtisaslaşma və müxtəlif növ reklam fəaliyyətinin kombinasiyası ilə birləşir ki, bu da onlara bazarda lider mövqelərini saxlamaqda üstünlüklər əldə etməyə imkan verir.
Qlobal reklam bazarı təşkilati olaraq qlobal reklam agentlikləri şəbəkələrinə əsaslanan reklam xidmətlərinin alqı-satqısı üçün sistematik davamlı əməliyyatlarla əlaqəli beynəlxalq reklam fəaliyyətinin bir sahəsidir. Qlobal reklam bazarı iqtisadi inteqrasiya prosesinin dərinləşməsi və genişlənməsi, dünya iqtisadiyyatının və beynəlxalq ticarətin inkişafı, transmilli və beynəlxalq şirkətlərin fəaliyyəti prosesində yaranıb və inkişaf edir (Coşkun R. 2011: s.221). Qlobal və milli reklam bazarları arasında sıx əlaqə və qarşılıqlı asılılıq mövcuddur. Hazırda dünya və milli reklam bazarlarının fəaliyyət göstərməsi üçün şəraitin, dolayısı ilə onların üzərində işləmək şəraitinin yaxınlaşması müşahidə olunur. Qlobal reklam bazarının təsiri altında milli bazarların kəmiyyət və xüsusilə keyfiyyət parametrləri daha yüksək səviyyədə üstünlük təşkil etməklə dəyişir. Məsələn vahid istehsal və xidmət standartlarına keçid, dünya və milli səviyyələrin uyğunlaşdırılması, formaların standartlaşdırılması və reklam bazarının standartlaşdırılması və iş üsullarıdır. Qlobal reklam bazarının vəziyyəti və inkişaf perspektivləri dünyanın ümumi iqtisadi vəziyyəti ilə sıx bağlıdır. Eyni zamanda, qlobal bazar onu həm istənilən milli bazardan, həm də onların məcmusundan fərqləndirən xüsusiyyətlərə malikdir. Qlobal reklam bazarının subyektləri formal olaraq konkret olaraq bir ölkəyə aid deyillər, ona görə də qlobal bazarın nisbi muxtariyyətə, müstəqilliyə və reklam xidmətlərinin təşkili üçün xüsusi şərtlərə malik olduğu ümumi qəbul edilir. Qlobal reklam bazarının formalaşması və inkişafının maddi əsasını beynəlxalq əmək bölgüsü təşkil edir, milli reklam bazarları isə dövlətlər daxilində ictimai əmək bölgüsünə əsaslanır. Eyni zamanda, qlobal reklam bazarının nisbi müstəqilliyinə və muxtariyyətinə baxmayaraq, onun inkişafı bilavasitə dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin iqtisadiyyatının vəziyyətindən asılıdır.

Nəticə

Milli reklam bazarı vahid bir ölkənin, bu halda Azərbaycan miqyasında reklam fəaliyyətinin bir sahəsidir. Azərbaycanda milli reklam bazarının vəziyyəti daha çox ölkənin inkişafının spesifik xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Onun formalaşması gec başlamış və ilk mərhələdə bazarda reklam fəaliyyəti təcrübəsinin və reklam biznesini tənzimləyən hüquqi bazanın olmaması səbəbindən bu proses kortəbii xarakter daşıyırdı. Daha sonra şəbəkə reklam agentliklərinin inteqrasiyası baş verdi. İnteqrasiya nəticəsində liderlərin müəyyənləşdirilməsi prosesi gedirdi, eyni zamanda Azərbaycan reklam bazarının subyektlərinin tərkibi daha homogenləşdi. 2000-ci illərin ikinci yarısında Azərbaycanda reklam bazarının formalaşmasının əsas prosesləri başa çatdı və qanunvericilik bazası formalaşdı. Bazarda göstərilən reklam xidmətlərinin səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə genişləndi, reklam bazarı operatorlarının müştərilər və media ilə əlaqələrinin müəyyən birləşməsi baş verdi. Qanunvericilik tənzimləməsindən kənarda qalan bazar subyektləri arasında münasibətlərin məsələlərini tənzimləyə bilən qeyri-kommersiya təşkilatları da daxil olmaqla, özünütənzimləmə sistemi də formalaşmışdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Son illərdə Azərbaycanda reklam bazarının əsas sektorlarında həcmlərin nisbəti inkişaf etmiş ölkələrdəki kimi görünür, yeganə fərq odur ki, Azərbaycan reklam bazarı hələ də həcm baxımından dünya səviyyəsindən ciddi şəkildə geri qalır. Buna əsaslanaraq, hələ də inkişaf etməkdə olan və inkişaf etməmiş kimi müəyyən edilə bilər. Əgər ölkədə reklamın inkişaf dərəcəsinin belə bir göstəricisini reklam xərclərinin ümumi daxili məhsulun (ÜDM) dəyərinə nisbəti hesab etsək, Azərbaycan iqtisadiyyatında bu, təvazökarlıqdan daha çox olaraq qalır. Azərbaycanagentliklərinin təklif etdiyi reklam xidmətlərinin səviyyəsi və effektivliyi baxımından da geriləmə var. Eyni zamanda, milli reklam bazarının əsas xüsusiyyəti inkişafın dinamikliyidir ki, bu da nisbətən əlverişli iqtisadi vəziyyət, sənaye strukturunun çevikliyi, bazardakı dəyişikliklərə sürətli reaksiya, kapitalın yüksək tempi ilə bağlıdır. Azərbaycan reklam bazarı ənənəvi olaraq milli (burada reklam milli medianın köməyi ilə həyata keçirilir) və regional bölünür. Regional bazar, öz növbəsində, adətən paytaxtvə digər regional bazarlara bölünür. Azərbaycan tərkibinə daxil olan bölgələr, ərazilər, respublikalar regional reklam bazarları hesab olunur. Ümummilli reklam bazarının fərqləndirilməsi üçün əsas Azərbaycancoğrafi, iqtisadi və inzibati bölgüsüdür.

Azərbaycan eləcə də dünyada reklam bazarı heterojendir, onun müxtəlif seqmentləri öz inkişaf xüsusiyyətlərinə malikdir. Son illərdə ən dinamik inkişaf edən reklam seqmenti internet reklamıdır və onun artım tempi bütövlükdə reklam bazarından iki dəfə çoxdur. Eyni zamanda, mətbuatda reklam seqmenti dinamikanı azaltmaqda davam edir ki, bu da artıq sıfır artıma yaxındır.

ƏDƏBİYYAT

1. Aktepe E. Genelshletme. İstanbul, 2014
2. Babacan M. Nedir bu reklam? İstanbul, 2019
3. Brown S. Postmodern Marketing. Boston, 2018
4. Coshkun R. İshletmeye Girish. İstanbul, 2011
5. Ekelund R.B., Saurman D.S. Reklam ve Piyasa Süreci. Ankara,2 013 s
6. Kozlu C. Uluslararası Pazarlama. Ankara, 2011
7. Tayfur G. Reklamcılık Ankara, 2016
8. Tokat B., Derya Sh. İshletmecilik Bilgisi. İstanbul, 2011
9. Yaylacı G.O. Reklamda Stratejilerle Yonetim. İstanbul, 2016
10. Gritsuk A.P. Sovremennıy rınok reklamı: uchebmetod posobiye. Moskva, 2011 s.
11. Zemlyanskaya Ye.A., Savel'yeva M. V. «K voprosu o subyektax reklamnogo rınka» // «Sibirskoqo qosudarstvennoqo aerokosmicheskoqo universiteta im. Moskva, 2013,
12. Ionova Y. "Mirovoy reklamnıy rınok seqodnya" // "Rossiyskiy reklamnıy yejeqodnik", "Rossiyskaya akademiya reklamı". Moskva, 2015

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Муслимат Аллахвердиева[1], Шахрияр Исаев[2]
[1,2] Азербайджанский государственный экономический университет, [1,2] Кафедра Экономики и технологических наук
[1]Доцент, Доктор философии по экономике, muslimatallahverdiyeva@mail.ru
[2]Магистрант, sehriyar.isayev2000@gmail.com

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

РЕЗЮМЕ

Рекламный рынок сегодня является важной отраслью народного хозяйства и частью информационной системы общества, а информация и технологии, влияющие на массовое сознание, сегодня являются основными факторами развития социальной системы. Использование СМИ для распространения рекламы позволяет оказывать неконтролируемое воздействие на широкие массы людей. Именно этот аспект рекламы делает необходимым государственное регулирование этой сферы общественных отношений. Государственное регулирование рекламного рынка можно определить как влияние уполномоченных государственных органов на отношения рекламного рынка в рамках реализации делегированных им полномочий в целях реализации государственной политики в отношении рекламного рынка.

В современных рыночных условиях на деятельность рекламного бизнеса оказывает влияние совокупность внешних и внутренних условий и факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность в сфере рекламных услуг и требующих оперативного принятия эффективных, нестандартных коммерческо-творческих решений. В связи с этим следует говорить о внешней и внутренней рыночной среде рекламного бизнеса. Сегодня рекламному рынку отводится одна из основных ролей единого элемента, механизма функционирования рыночной экономики. Уровень развития народного хозяйства, его способность производить и реализовывать всю товарную массу отражают степень его организации, наличие устоявшейся объектно-субъективной структуры. Таким образом, современная структура рекламного рынка представляет собой систему взаимодействия между различными рыночными агентами по поводу покупки и продажи рекламной продукции. Система рекламных услуг, играющая решающую роль в организации внутрихозяйственных и коммерческих связей, занимает основное место в организации внутрихозяйственных и коммерческих связей государства. Рекламный рынок представляет собой сложную систему уровней, элементов, отраслей, составляющих многочисленные коммуникации в обществе. Такая динамично развивающаяся система зависит, прежде всего, от создания в обществе эффективных коммуникаций для получения определенного имиджа, репутации, увеличения продаж, формирования потребительского спроса на основе всесторонней оценки и учета влияния внутренних факторов.

Статья посвящена вопросам анализа и оценки влияния развития интернет-маркетинга на рекламные сферы. В настоящем исследовании проанализированы составляющие современного рекламного рынка, проведены особенности развития современного рекламного рынка.

Ключевые слова: реклама, рекламодатель, рекламный рынок, тенденции рекламного рынка

Publication history

Article received: 26.01.2023
Article accepted: 09.02.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-342

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
354-367

THE ESSENCE OF THE ORGANIZATION OF FINANCIAL CONTROL IN THE IMPLEMENTATION OF THE STATE BUDGET AND THE BODIES THAT IMPLEMENT THIS PROCESS

Ramiz Maharramov[1], Seyfali Nuriyev[2]
[1,2]Azerbaijan State University of Economics, [1,2]Department of Economics and Technological Sciences
[1]Doctor of Philosophy in Economics, associate professor
[2]Master student, alinuriyev4923@gmail.com

ABSTRACT

The state budget is an inseparable attribute of every country, an important tool in the implementation of the state's economic and social policy. Today, for the efficient development of the economy, the problem of creating a perfect and efficient system of formation of the state budget, taking into account the structure of income and expenditure parts, is of particular relevance. The budget is necessary for every public legal entity, because it constitutes its financial base, which is the basis of the activity of this institution, the implementation of its tasks and functions. By its very nature, the budget is a complex event involving financial, political and legal issues at the same time. The state budget is the regulator of the economy, reflects the amount of financial resources needed by the state, determines the specific areas of the use of funds, and directs the state's financial activities. Influences socio-economic processes by developing the budget policy and using the budget mechanism. The main problems of economic and social development are the optimization of the income structure of the population, the reform of the social sphere, the elimination of poverty, the irrational structure of the economic complex and the low level of competitiveness of local enterprises, as well as a significant burden on the financing of budget and state funds, social programs. In this regard, the goal of the national budget policy is to form a new model of socio-economic development.

As an economic category, the state budget is a set of monetary relations that arise in the process of formation, distribution and use of the state's centralized fund. Budgeting is the most important financial system that reflects its main qualitative features and provides a system of monetary relations necessary for the formation and use of budget funds. In addition to being a form of education, the budget is also a form of expenditure aimed at financing the duties and functions of the state and local self-government bodies. The essence of the budget is the economic basis of the country.

Financial control is based on the use of regulatory and reporting data. Financial control ensures that state authorities and local self-government bodies, legal and financial entities carry out their activities in accordance with the financial legislation of the Republic of Azerbaijan. The foundations of financial control are defined in the Constitution of the Republic of Azerbaijan, as well as in the basic laws and legal acts of representative bodies of local self-government and executive power. State financial control is carried out by commissions and working groups of the Milli Majlis, the legislative body of the republic. At the same time, the government of the republic controls the formulation and implementation of the state budget, regulates the financial activities of ministries and committees. Financial control in Azerbaijan is carried out by the following state bodies:

- Accounting Chamber of the Republic of Azerbaijan;
- Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan;
- State Tax Service;
- Central Bank of the Republic of Azerbaijan;
- The Chamber of Auditors.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

At a time when great changes are taking place in our republic, the elements of the socially oriented market economy are expanding, and the role and importance of financial control in the country is also increasing. There is a growing need to expand the capabilities of financial control at both the micro and macro levels, and to apply its latest and most advanced methods. Among the bodies that carry out state financial control in Azerbaijan, the Chamber of Accounts occupies the main place. Since the first day of its operation, the Chamber of Accounts has paid special attention to the creation of an information-methodological base, the study of international experience in the field of state financial control, and other directions. Within his powers, he has done a lot of work in the direction of preparing a number of legal documents, standards, information forms and reports, which are important for the implementation of state financial and budget resources, as well as the implementation of these documents. He established initial relations with state bodies and institutions, became a member of international and regional organizations of higher audit structures, and implemented complex measures in the fields of bilateral cooperation with relevant authorities of a number of countries.
The article is devoted to the analysis and evaluation of the modern state of the organization of financial control in the implementation of the state budget. In this part, information was given on the analysis and assessment of the modern state of the organization of financial control in the implementation of the state budget, the socio-economic nature and main functions of the state budget were determined, and the bodies implementing financial control were mentioned.
Keywords: state budget, financial control, accounting chamber, auditor service, tax.

DÖVLƏT BÜDCƏSİNİN İCRASİNDA MALİYYƏ NƏZARƏTİNİN TƏŞKİLİNİN MAHİYYƏTİ VƏ BU PROSESİ HƏYATA KEÇİRƏN ORQANLAR

Ramiz Məhərrəmov[1], Seyfəli Nuriyev[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası,
[1]İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2]Magistr tələbəsi, alinuriyev4923@gmail.com

XÜLASƏ

Dövlət büdcəsi iqtisadiyyatın tənzimləyicisidir, dövlətə lazım olan maliyyə resurslarının həcmini əks etdirir, vəsaitlərdən istifadənin konkret sahələrini müəyyən edir, dövlətin maliyyə fəaliyyətinə istiqamət verir. Büdcə siyasətini işləyib hazırlamaqla və büdcə mexanizmindən istifadə etməklə sosial-iqtisadi proseslərə təsir göstərir. İqtisadi və sosial inkişafın əsas problemləri əhalinin gəlir strukturunun optimallaşdırılması, sosial sferanın islahatı, yoxsulluğun aradan qaldırılması, təsərrüfat kompleksinin qeyri-rasional strukturu və yerli müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin aşağı səviyyəsi, habelə büdcə və dövlət məqsədli fondları, sosial proqramların maliyyələşdirilməsi üzrə əhəmiyyətli yükdür. Bu baxımdan, milli büdcə siyasətinin məqsədi sosial-iqtisadi inkişafın yeni modelini formalaşdırmaqdır.
Maliyyə nəzarəti tənzimləyici və hesabat məlumatlarının istifadəsinə əsaslanır. Azərbaycanda maliyyə nəzarəti Azərbaycan Respublikasının Hesablama Palatası, Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Dövlət Vergilər Xidməti, Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Auditorlar Palatası dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilir.
Məqalə dövlət büdcəsinin icrasında maliyyə nəzarətinin təşkilinin müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Bu hissədə dövlət büdcəsinin icrasında maliyyə nəzarətinin təşkilinin müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi barədə məlumat verilmiş, dövlət büdcəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və əsas funksiyaları müəyyən edilmiş, maliyyə nəzarətini həyata keçirən orqanlar qeyd olunmuşdur.
Açar sözlər: dövlət büdcəsi, maliyyə nəzarəti, hesablama palatası, auditor xidməti, vergi.

Giriş

Dövlət büdcəsi hər bir ölkənin ayrılmaz atributudur, dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin həyata keçirilməsində mühüm vasitədir. Bu gün iqtisadiyyatın səmərəli inkişafı üçün dövlət büdcəsinin gəlir və xərc hissələrinin strukturunu nəzərə almaqla mükəmməl və səmərəli formalaşdırılması sisteminin yaradılması problemi xüsusi aktuallıq kəsb edir. Büdcə hər bir publik hüquqi şəxs üçün zəruridir, çünki o, bu qurumun fəaliyyətinin, onun vəzifə və funksiyalarının həyata keçirilməsinin əsasını təşkil edən onun maliyyə bazasını təşkil edir. Büdcə öz təbiətinə görə eyni zamanda maliyyə, siyasi və hüquqi məsələləri əhatə edən mürəkkəb hadisədir. Ona görə də elmi ədəbiyyatda "büdcə" anlayışına adətən üç müxtəlif tərəfdən və ya mövqedən baxılır: iqtisadi, maddi və hüquqi (Valiyev Z.T., 2010: s. 532).
Büdcə vektorunu öyrənərkən iqtisadi ədəbiyyatda müxtəlif xarakterli müxtəlif obyektlərə aid olan "büdcə" termininin istifadəsinə də diqqət yetirilməlidir. Büdcənin mahiyyəti ölkənin iqtisadi əsasıdır. Bu əsasda hər hansı dəyişiklik və ya dəyişiklik cəmiyyətin sosial, iqtisadi və sosial həyatının pozulmasına gətirib çıxaracaqdır. İqtisadi nöqteyi-nəzərdən büdcə milli gəlirin bir hissəsinin (qismən milli sərvətin) dövlət və cəmiyyət arasında yenidən bölüşdürülməsi və milli iqtisadiyyata, sosial sahəyə, milli müdafiə və dövlət idarəçiliyinə, təhsilə vəsaitlərin cəlb edilməsinə hesablanmış büdcə resursudur. Bu, təkcə tarix, iqtisadi kateqoriya deyil, həm də siyasi kateqoriyadır. Büdcəyə sosial komponent kimi baxmaq olar ki, bu da öz növbəsində dövlətlə cəmiyyət arasında sosial münasibətləri müəyyən edir. Dövlət büdcədən sosial sahəyə və ictimai həyata bilavasitə təsir edən əsas və səmərəli vasitələrdən biri kimi istifadə edir.

Məqsəd

Məqalənin yazılmasının əsas məqsədi dövlət büdcəsinin vəzifələri, dövlət büdcəsinin əsas funksiyaları, Azərbaycanda maliyyə nəzarətini həyata keçirən dövlət orqanları haqqında sistemli şəkildə məlumat vermək, dövlət büdcəsinin müasir vəziyyətini təhlil etməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Respublikamızda böyük dəyişikliklərin baş verdiyi bir vaxtda sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatının elementləri genişlənir, ölkədə maliyyə nəzarətinin rolu və əhəmiyyəti də artır. Maliyyə nəzarətinin həm mikro, həm də makro səviyyədə imkanlarının genişləndirilməsinə, onun ən son və ən qabaqcıl üsullarının tətbiqinə ehtiyac artmaqdadır. Azərbaycanda dövlət maliyyə nəzarətini həyata keçirən orqanlar arasında Hesablama Palatası əsas yer tutur. Hesablama Palatası fəaliyyətə başladığı ilk gündən informasiya-metodiki bazasının yaradılmasına, dövlət maliyyə nəzarəti sahəsində beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsinə və digər istiqamətlərə xüsusi diqqət yetirmişdir. O, öz səlahiyyətləri daxilində dövlət maliyyə və büdcə vəsaitlərinin icrası üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən bir sıra hüquqi sənədlərin, standartların, məlumat formalarının və

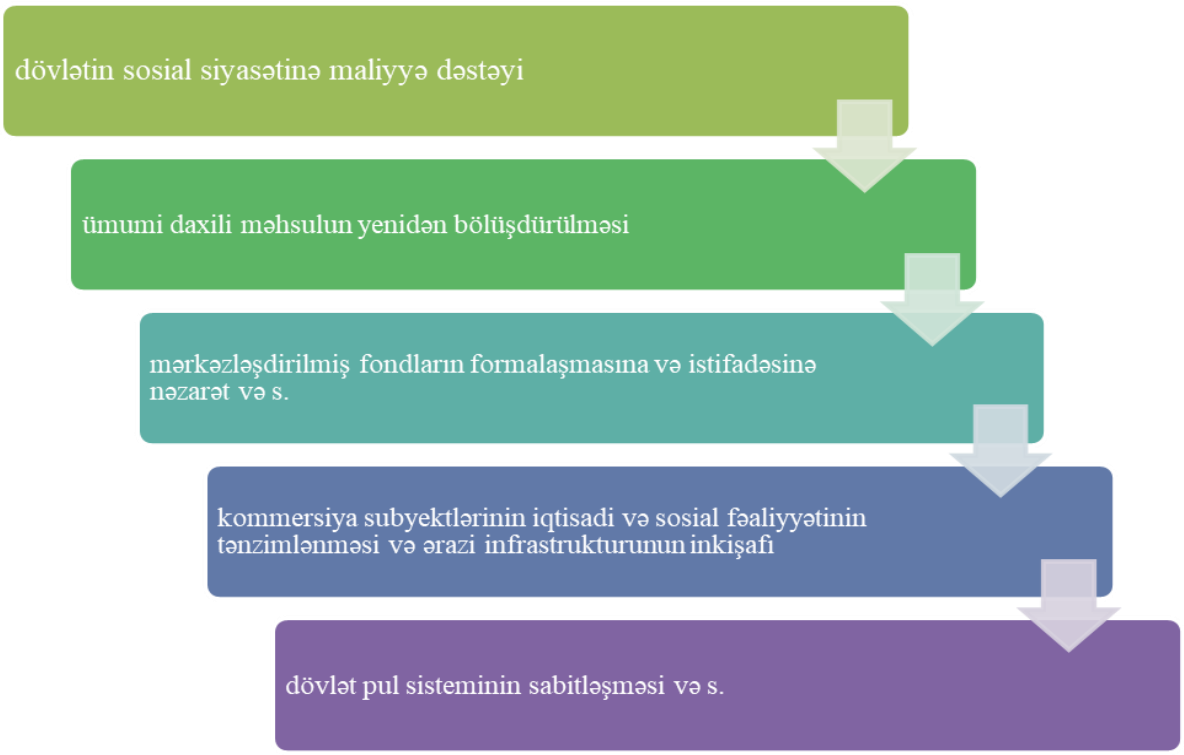
hesabatların hazırlanması, habelə bu sənədlərin icrası istiqamətində xeyli iş görmüşdür. Bu məsələlər ətrafında tədqiqatlar aparılması Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı baxımından aktualdır.

Metodlar

Məqalənin yazılması zamanı bir neçə nəzəri və iqtisadi təhlil metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə məntiqi, analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə dövlət büdcəsinin icrasında maliyyə nəzarətinin təşkilinin müasir vəziyyəti müzakirə olunmuş, dövlət büdcəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və əsas funksiyaları araşdırılmışdır.

Dövlət büdcəsi dövlətin əsas proqramıdır və hakimiyyət orqanlarına iqtisadi, sosial, siyasi, digər sahələrdə və fəaliyyət sahələrində öz səlahiyyətlərini həyata keçirməyə imkan verir. Dövlət büdcəsi dövlətin ixtiyarında olan real maliyyə resurslarını əks etdirir və dövlətin öz funksiyalarını yerinə yetirmək imkanlarını müəyyən edir. Büdcə konkret xərc sahələrini, milli gəlirin payını və ümumi daxili məhsulun (ÜDM) bölgüsünü müəyyən edir ki, bu da onu iqtisadiyyatın effektiv tənzimləyicisinə çevirir. Büdcə (dövlət, regional və yerli) nöqteyi-nəzərindən dövlət büdcəsi siyasətinin mühüm iqtisadi tərkib hissəsidir və aşağıdakı vəzifələri həll etməyə imkan verir:

Şəkil 1. Dövlət büdcəsinin vəzifələri.


dövlətin sosial siyasətinə maliyyə dəstəyi
ümumi daxili məhsulun yenidən bölüşdürülməsi
mərkəzləşdirilmiş fondların formalaşmasına və istifadəsinə nəzarət və s.
kommersiya subyektlərinin iqtisadi və sosial fəaliyyətinin tənzimlənməsi və ərazi infrastrukturunun inkişafı
dövlət pul sisteminin sabitləşməsi və s.

Mənbə: Valiyev Z.T., 2010: s.215.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Hər bir iqtisadi kateqoriya kimi, dövlət büdcəsinin də mahiyyəti onun funksional xüsusiyyətlərində təcəssüm olunur. İqtisadçıların fikrincə, büdcə aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirir:

1. Funksiyaların məqsədi;
2. Yenidən bölüşdürmə (ÜDM-in yenidən bölüşdürülməsi);
3. Nəzarət funksiyaları (dövlət tənzimlənməsi və iqtisadi stimullaşdırma);
4. Həvəsləndirici funksiyalar (dövlət sektorunun maliyyə təminatı və dövlət sosial siyasətinin həyata keçirilməsi);
5. Cəmiyyət;
6. Planlaşdırmanın funksiyaları;
7. Təşkilatın funksiyaları;
8. Nəzarət (mərkəzləşdirilmiş fondların formalaşmasına və istifadəsinə nəzarət) (Valiyev Z.T., 2010: s.221).

Büdcənin bölüşdürülməsi hökumət və yerli idarəetmə səviyyəsində mərkəzləşdirilmiş fondların formalaşmasına və istifadəsinə birbaşa təsir göstərir. Dövlət gəlirlərinin və ÜDM-in yenidən bölüşdürülməsi funksiyaları bilavasitə büdcə gəlirlərinin formalaşması və büdcə resurslarının bölüşdürülməsi mərhələlərində öz əksini tapır. İctimai təkrar istehsal prosesində yaranan ümumi daxili məhsulun bir hissəsi büdcə gəlirlərinin əldə edilməsi prosesində məcburi şəkildə dövlətin xeyrinə alınır. ÜDM-in təxminən 20%-i dövlət büdcəsi vasitəsilə yenidən bölüşdürülür. Büdcənin tənzimləyici və stimullaşdırıcı funksiyası bilavasitə vergi və büdcə xərclərində əks olunur. Yəni vergi və büdcə xərcləri iqtisadiyyatın, investisiyaların tənzimlənməsi və stimullaşdırılması, istehsalın səmərəliliyinin artırılması vasitəsi olmaqla, ilk növbədə, milli iqtisadiyyatın ən mühüm sahələrinə, energetikaya, maşınqayırma və kənd təsərrüfatına yönəldilir. Regional büdcə dövlət orqanlarının həll etdiyi vəzifələrin maliyyə təminatını təmin edən ərazi büdcəsinin mərkəzi halqasıdır. Son zamanlar iqtisadi və sosial tərəqqinin rayonlaşdırılması və bununla da regional büdcələrin rolunun gücləndirilməsi müşahidə olunur. Regional büdcənin köməyi ilə dövlət iqtisadi siyasət aparır, tarixi, coğrafi, hərbi və digər şəraitə görə ölkənin digər regionlarının iqtisadi və sosial inkişafından geri qalan rayonların iqtisadi və sosial inkişaf səviyyəsini tarazlaşdırır. Hazırda regional proqramlar hazırlanır və regional büdcədən maliyyələşdirilir. Regional büdcənin köməyi ilə ölkə regional proqramların iqtisadi, sosial və sosial resursları, regional büdcədən ayrılan vəsaitlər çərçivəsində tarixi, coğrafi, hərbi və digər şərtləri həyata keçirir.

Dövlət büdcəsinin aşağıdakı əsas funksiyalarını formalaşdırmaq olar:

Cədvəli 1. Dövlət büdcəsinin əsas funksiyaları.

№	Funskiyanın adı	Funksiyanın məzmunu
1	Bölüşdürmə funksiyası	Bu funksiya ondan ibarətdir ki, dövlət vəsaitləri cəmləşdirir və onlardan ictimai ehtiyacları ödəmək üçün istifadə edir. Büdcənin köməyi ilə ÜDM təsərrüfat kompleksinin sahələri, ölkənin əraziləri, ictimai fəaliyyət sahələri, əhalinin ayrı-ayrı təbəqələri arasında yenidən bölüşdürülür. Dəyərin büdcə üzrə yenidən bölüşdürülməsinin istiqamətləri bütövlükdə genişləndirilmiş təkrar istehsalın ehtiyacları və onun inkişafının hər bir mərhələsində cəmiyyətin qarşısında duran vəzifələrlə müəyyən edilir. Dövlət maliyyəsinin tərkibində büdcə bölgüsü sferası aparıcı yer tutur ki, bu da maliyyə münasibətlərinin digər sahələri və əlaqələri ilə müqayisədə büdcənin aparıcı rolu ilə əlaqədardır. Bölüşdürmə funksiyasının əhatə dairəsi ictimai

		istehsalın demək olar ki, bütün iştirakçılarının dövlət büdcəsi ilə münasibətlərə girməsi ilə müəyyən edilir. Eyni zamanda bölgü münasibətləri ictimai istehsalın bütün səviyyələrini əhatə edir. Dövlət büdcəsinin bu funksiyası aşağıdakı xüsusiyyətlərlə səciyyələnir: - büdcə tənzimlənməsi mexanizmi vasitəsilə ÜDM-in eyni hissəsinin dəfələrlə keçidinin mümkünlüyü; - büdcə mexanizmindən keçən əhəmiyyətli maliyyə vəsaitləri; - maliyyə resurslarının yüksək çevikliyi; - trast fondlarının formalaşdırılması. Bölüşdürmə funksiyası sayəsində dövlət ÜDM-in bir hissəsini mərkəzləşdirmək və ondan milli ehtiyacları ödəmək üçün istifadə etmək imkanına malikdir. Bölüşdürmə funksiyası iqtisadi kateqoriya kimi büdcənin mahiyyəti ilə müəyyən edilir. Bu kateqoriya ictimai təkrar istehsalın ikinci mərhələsi üçün xarakterikdir, özünü büruzə verir və bölgü prosesində fəaliyyət göstərir, məhz bölüşdürmə vasitəsilə təkrar istehsalın bütün digər mərhələlərinə - istehsal, mübadilə və istehlaka təsir göstərir.
2	Tənzimləmə funksiyası	Bu funksiya milli iqtisadiyyatın prioritet sahələrinin inkişafına vəsaitlərin ayrılmasının prioritetləşdirilməsi prosesini əks etdirir və dövlət maliyyələşdirmə sistemi (sifarişlər, ayırmalar, subsidiyalar, subvensiyalar) vasitəsilə məqsədyönlü və bilavasitə təsir etmək imkanında özünü göstərir.
3	Sosial funksiya	Bu funskiya əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi (işsizliyin azalması, sosial müavinətlərin artırılması, ölüm hallarının azalması, pensiyaların artırılması və s.), əhalinin həssas təbəqələrinə (pensiyaçılar, əlillər, aztəminatlı ailələr), vətəndaşlara sosial hüquqların təminatının təmin edilməsində, əhalinin ehtiyacı olan təbəqələrinin ünvanlı müdafiəsini təmin edən aktiv sosial siyasətin həyata keçirilməsində böyük əhəmiyyətə malikdir.
4	Nəzarət funksiyası	Bu funksiya maliyyə vəsaitlərinin nə qədər vaxtında və tam həcmdə dövlətin sərəncamında olmasını, büdcə vəsaitlərinin bölüşdürülməsinin faktiki olaraq necə formalaşdığını və onlardan nə dərəcədə səmərəli istifadə olunmasını xarakterizə edir. Bu funksiya yenidən bölüşdürmə proseslərinin keyfiyyətini qiymətləndirməyə imkan verir, büdcənin mərkəzləşdirilmiş fond fondunun formalaşdırılması və istifadəsi yolu ilə iqtisadiyyatın struktur əlaqələrində baş verən iqtisadi prosesləri obyektiv şəkildə təkrar istehsal etməsidir. Bu əmlak sayəsində büdcə müxtəlif subyektlərin maliyyə vəsaitlərinin dövlətin sərəncamına necə daxil olduğunu göstərir, resursların ölçüsünün məqsədəuyğunluğunu müəyyən edir. Nəzarət funksiyasının maddi ifadəsi büdcə nəzarətidir.
5	Yardımçı funksiya	Dövlətin mövcudluğunu və fəaliyyətini təmin etməklə bağlıdır. Bu funksiya dövlətin fəaliyyəti üçün maddi və maliyyə bazasını yaratmaq məqsədi daşıyır.

Mənbə*:* Valiyev Z.T., 2010: s.239.

Dövlət büdcəsinin funksiyalarının lazımi şəkildə icra olunması onun əsas vəzifələrinin həllini qabaqcadan müəyyən edir:
• ÜDM-in, milli gəlirin, ümumi sosial məhsulun yenidən bölüşdürülməsi;
• iqtisadiyyatın sahələrinin inkişafının stimullaşdırılması, istehsalın həcminin artırılması;
• dövlətin öz funksiyalarını yerinə yetirməsini təmin olunması;
• dövlətin strateji inkişafının müəyyən edilməsi;
• maliyyələşdirmə üçün prioritet sahələrin müəyyən edilməsi;
• dövlətin iqtisadiyyatda böhran hadisələrinin nəticələrinə təsir imkanlarının təmin edilməsi;

• mərkəzi şaquli əks əlaqənin təmin edilməsi;
• dövlət tədbirlərinin maliyyələşdirilməsi üçün zəruri olan vəsaitlərin toplanması;
• iqtisadi artımın və dövlətin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi;
• maliyyə resurslarının optimal və yenidən bölüşdürülməsi yolu ilə milli və regional proseslərə təsiri;
• elmi-texniki tərəqqinin maliyyələşdirilməsi;
• vətəndaşların sosial müdafiəsini təmin etmək üçün sosial siyasətin həyata keçirilməsinə maliyyə dəstəyi;
• ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;
• makromaliyyə sabitliyinin, sabitliyinin, ödəmə qabiliyyətinin və iqtisadi müstəqilliyin təmin edilməsi;
• dövlət maliyyə resurslarının tarazlığının təmin edilməsi, o cümlədən büdcə kəsirinin iqtisadi cəhətdən təhlükəsiz səviyyədə saxlanılması;
• vergitutma sisteminin daha da təkmilləşdirilməsi və vergi ödəyicilərinin üzərinə düşən yükün azaldılması yolu ilə onun inkişafı yolunda inzibati maneələrin azaldılması yolu ilə biznes üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
• dövlət borcunun idarə edilməsində və onun strukturunun optimallaşdırılmasında yardımın göstərilməsi;
• büdcələrarası münasibətlərin tənzimlənməsi sisteminə nəzarət;
• inflyasiyanın tənzimlənməsi;
• vergi güzəştlərinin iqtisadi səmərəliliyinin artırılması yolu ilə onların stimullaşdırıcı xarakterinin gücləndirilməsi;
• regional səviyyədə dövlət məqsədli uzunmüddətli sosial-iqtisadi proqramların prioritet tədbirlərinin, habelə regionlarda problemli məsələlərin həllinə yönəlmiş tədbirlərin maliyyələşdirilməsi;
• dövlət müəssisələrinin xarici və daxili kreditlərinin ödənilməsinin təmin edilməsi;
• dövlət müəssisələrinin ehtiyat fondlarının yaradılmasına (maliyyələşdirilməsinə) köməklik göstərilməsi;
• büdcə dövrünün sonunda istifadə olunmamış hissəsinin qaytarılması şərti ilə dövlət müəssisələrinə xüsusi proqramların həyata keçirilməsi üçün vəsaitlərin ayrılması;
• makromaliyyə prosesləri arasında əlaqələri tənzimləyən iqtisadiyyatın fəaliyyət göstərməsinin səbəb-nəticə mexanizminin hərəkətverici qüvvəsinin gücləndirilməsi;
• makromaliyyə göstəricilərinin dəyərinin proqnozlaşdırılması imkanının təmin edilməsi;
• büdcə vəsaiti alan dövlət müəssisələrinin fəaliyyətinin sabitliyinin təmin edilməsi, zəruri hallarda onların yenidən maliyyələşdirilməsi;
• dövlət müəssisələrinin fəaliyyəti üçün zəruri olan xərclərinə nəzarət edilməsi;
• regionların, onların sosial-mədəni sferasının inkişaf balansını əks etdirməsi;
• regional siyasətin həyata keçirilməsi prosesinə təsir edilməsi;
• əhalinin iqtisadi davranışının təsiri və proqnozlaşdırılması, müxtəlif iqtisadi vəziyyətlərdə onun davranışının daxili və xarici determinantlarının müəyyən olunması;
• sosial münasibətlərin sistemli yenilənməsinə təsiri;
• pul dövriyyəsinin, maliyyə və büdcə intizamının möhkəmləndirilməsinə köməklik göstərilməsi;
• valyuta nəzarətinin tənzimləyicisi kimi çıxış edilməsi;
• infrastruktur layihələrinin uğurla həyata keçirilməsinə töhfə verilməsi;
• dövlətin investisiya cəlbediciliyinin təşviqi (Finansi, Uchebnik, 2011; s.569-572).

Maliyyə nəzarəti dövlət hakimiyyəti və yerli özünüidarəetmə orqanlarının, hüquqi və maliyyə şəxslərin öz fəaliyyətlərini Azərbaycan Respublikasının maliyyə qanunvericiliyinə uyğun olaraq həyata keçirmələrini təmin edir. Maliyyə nəzarətinin əsasları Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında, habelə yerli özünüidarə və icra hakimiyyətinin nümayəndəlik orqanlarının əsas qanunlarında və hüquqi aktlarında müəyyən edilmişdir. Dövlət maliyyə nəzarəti respublikanın qanunvericilik orqanı olan Milli Məclisin komissiyaları və işçi qrupları tərəfindən həyata keçirilir. Eyni zamanda, respublika hökuməti dövlət büdcəsinin tərtibinə və icrasına nəzarət edir, nazirlik və komitələrin maliyyə fəaliyyətini tənzimləyir. Azərbaycanda maliyyə nəzarəti aşağıdakı dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilir:

- Azərbaycan Respublikasının Hesablama Palatası;
- Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi;
- Dövlət Vergilər Xidməti;
- Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı;
- Auditorlar Palatası.

Azərbaycan Respublikası öz müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi öz fəaliyyətini Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 09 fevral 2009-cu il tarixli, 48 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş müddəalar əsasında həyata keçirir. Maliyyə Nazirliyinin fəaliyyəti aşağıdakı şəkildə müəyyən edilmişdir:

- Azərbaycan Respublikasının maliyyə, büdcə və vergi sahələrində dövlət siyasətinin işlənib hazırlanması və aidiyyəti dövlət orqanlarının, digər təşkilatların iştirakı ilə həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;
- müəyyən edilmiş qanunvericiliyə uyğun olaraq dövlət və ümumi büdcə layihələrinin hazırlanmasını təmin etmək;
- dövlət büdcəsinin icrasını qanunvericiliyə uyğun olaraq təmin etmək, dövlət büdcəsindən ayrılmış vəsaitlərin və dövlət zəmanəti ilə alınmış kreditlərin xərclənməsinə dövlət maliyyə nəzarətinin həyata keçirilməsini təşkil etmək;
- qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada və hallarda ölkədə qiymətli metalların və qiymətli daşların istehsalı, emalı və dövriyyəsi sahəsində dövlət analitik nəzarətini və dövlət nəzarətini həyata keçirən və onların həyata keçirilməsini təmin etmək;
- dövlət borcunun idarə edilməsinin və dövlət zəmanətlərinin verilməsinin təşkili, dövlət kredit siyasətinin işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- Azərbaycan Respublikasının ərazisində fəaliyyət göstərən hüquqi şəxslər, habelə hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər tərəfindən mühasibat uçotunun təşkili və aparılması sahəsində dövlət siyasətinin işlənib hazırlanması, o cümlədən maliyyə hesabatlarının hazırlanması və təqdim edilməsi;
- öz səlahiyyətləri daxilində onun həyata keçirilməsi üçün tədbirlər görmək;
- Azərbaycan Respublikasında auditor fəaliyyəti sahəsində dövlət siyasətini işləyib hazırlamaq və onun həyata keçirilməsi ilə bağlı təkliflər vermək;
- qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada dövlət investisiya proqramlarının, dövlət investisiya siyasətinin inkişaf konsepsiya və strategiyalarının, dövlət proqramlarının hazırlanmasında iştirak etmək;
- ölkə iqtisadiyyatına xarici və daxili kreditlərin cəlb edilməsi sahəsində zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;
- Nazirliyin fəaliyyəti, büdcə sistemi, vergilər, dövlət xəzinədarlığı, dövlət maliyyə nəzarəti, dövlət borcunun idarə edilməsi, qiymətli metallara və qiymətlilərə nəzarət, qanunla və əsasnamə ilə nəzərdə tutulmuş digər məsələlərlə bağlı normativ hüquqi tənzimləmənin həyata keçirilməsi;
- Azərbaycan Respublikasında makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi, onun inkişaf istiqamətləri üzrə təkliflərin hazırlanması;
- Nazirliyin fəaliyyət istiqamətləri üzrə mərkəzi və yerli icra hakimiyyəti orqanlarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi;

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

- qanunla müəyyən edilmiş digər sahələrdə fəaliyyət göstərmək (Azerbaycan Respublikası Maliyye Nazirliyi Faaliyyetinin tekmilleshdirilmesi tedbirleri" haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 09 fevral 2009-cu il tarixli fermanı).

Şəkil 2. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin strukturu.


Yerli maliyyə bölmələri
Dövlət Maliyyə Nəzarəti Xidməti
Dövlət Xəzinədarlığı Agentliyi
Qiymətli Metallara və Qiymətli Daşlara Nəzarət Dövlət Xidməti
Dövlət Borclarının və Maliyyə Öhdəliklərinin İdarə Edilməsi Agentliyi
Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi

Mənbə: http://www.maliyye.gov.az/

Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin nəzarət səlahiyyətləri yalnız dövlət səviyyəsində maliyyə resurslarına şamil edilir. İcra hakimiyyəti orqanlarının fəaliyyəti yoxlanıldığı hallarda onun nəzarət funksiyaları müəyyən edilmiş çərçivədən kənara çıxmamalıdır.

Maliyyə nəzarəti orqanları arasında Azərbaycan Respublikasının Hesablama Palatası xüsusi yer tutur. Hesablama Palatası Milli Məclisə hesabat verir və dövlət büdcə-maliyyə nəzarəti orqanıdır. Bütün hüquqi şəxslər - dövlət orqanları və idarələri, o cümlədən dövlət qeyri-büdcə fondları, yerli

özünüidarəetmə orqanları, kommersiya bankları, sığorta şirkətləri, habelə digər kommersiya firmaları və qeyri-dövlət kommersiya təşkilatları büdcə vəsaitlərinin alınması, köçürülməsi və ya istifadəsi məsələləri üzrə vəsaitlərin və büdcədənkənar fondların, habelə vergi, gömrük və digər güzəştlərin mövcudluğu yoxlanılır.

Hesablama Palatası aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- dövlət büdcələrinin layihələrinə və büdcədənkənar dövlət fondlarının (qurumlarının) büdcələrinə rəy vermək;
- dövlət büdcəsinin mədaxil və məxaric maddələrinin, büdcədənkənar dövlət fondlarının (qurumlarının) büdcələrinin həcmi, strukturu və təyinatı üzrə vaxtında icrasına nəzarət etmək;
- dövlət büdcəsinin icrası haqqında illik hesabata və müvafiq qanun layihələrinə rəy vermək;
- təsdiq edilmiş dövlət büdcəsində müəyyən edilmiş dövlət büdcəsindən maliyyələşmənin təhlili, aşkar edilmiş kənarlaşmaların aradan qaldırılması ilə bağlı təklifin hazırlanması və Milli Məclisə təqdim edilməsi, o cümlədən bütövlükdə büdcə prosesinin təkmilləşdirilməsi;
- dövlət büdcəsinin mədaxil və xərclərinin icrası barədə Milli Məclisə rüblük məlumat vermək;
-dövlət əmlakının idarə edilməsinə, onun sərəncamına və dövlət əmlakının özəlləşdirilməsindən daxil olan vəsaitlərin dövlət büdcəsinə daxil olmasına nəzarət etmək;
- Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin və onun adından dövlət büdcəsi və büdcədənkənar dövlət fondları (qurumları) haqqında qanun layihələrinin, Milli Məclis tərəfindən təsdiq edilmiş beynəlxalq müqavilələrin layihələrinin maliyyə ekspertizasının həyata keçirilməsi;
- xəzinə hesabına daxilolmaların və dövlət büdcəsi vəsaitlərinin istifadəsinin təsdiq edilmiş dövlət büdcəsində müəyyən edilmiş göstəricilərə uyğunluğunun təhlili və bu barədə Milli Məclisə məlumat verilməsi;
- Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankından və müvəkkil banklardan, kredit təşkilatlarından dövlət büdcəsi vəsaitlərinin və büdcədənkənar dövlət fondlarının (qurumlarının) bank hesabları üzrə hərəkəti haqqında məlumat alır, onları təhlil edir və Milli Məclisə təkliflər verir;
- nəzarət tədbirləri nəticəsində aşkar edilmiş pozuntular barədə məlumatların Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə təqdim edilməsi;
- digər dövlət nəzarəti orqanları ilə birlikdə fəaliyyət göstərmək;
- qanunvericiliyə uyğun olaraq dövlət və ümumi büdcələrin, habelə büdcədənkənar dövlət fondlarının gəlir və xərclərinin auditinin aparılması (Azerbaycan Respublikasının "Hesablama Palatası haqqında" 02 iyul 1999-cu il tarixli Qanunu).

Hesablama Palatası audit və tematik auditlər aparır. Qanun pozuntuları aşkar edilərsə, materialları hüquq-mühafizə orqanlarına təqdim edir. Hesablama Palatası ilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin və hökumətinin nəzarət orqanları, hüquq-mühafizə orqanları, Mərkəzi Bank, Dövlət Vergi Xidməti və digər idarəetmə orqanları əməkdaşlıq edir. Hesablama Palatası öz funksiya və səlahiyyətləri ilə bağlı maliyyə və büdcə nəzarətini ilkin və sonrakı maliyyə-büdcə nəzarəti formasında həyata keçirir. İlkin nəzarət dövlət büdcəsinə, büdcədənkənar dövlət fondlarının büdcələrinə aid olan qanun layihələrinə baxılması mərhələsində dövlət vəsaitləri ilə bağlı maliyyə əməliyyatları həyata keçirilənədək hüquqpozmalara şərait və səbəblərin yaradılmasının qarşısının alınması məqsədilə həyata keçirilir. Maliyyə əməliyyatlarının dövlət büdcəsinin vəsaitlərinə və digər dövlət fondlarına uyğunluğunun, dövlət büdcəsinin və büdcədənkənar dövlət fondlarının büdcələrinin icrasına, dövlət əmlakının müəyyən edilmiş qaydada və müddətdə idarə edilməsinə və sərəncamına uyğunluğunun müəyyən edilməsi məqsədilə sonrakı nəzarət həyata keçirilir.

Hesablama Palatası Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə illik hesabatlar təqdim edir və bu hesabatlar sonradan Milli Məclisin qəzetində dərc olunur. Hesablama Palatası Azərbaycan

Respublikası Prezidentinin, Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin və onun daimi komissiyalarının müraciətləri əsasında maliyyə-büdcə ekspertizası aparmaq və qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş sənədləri hazırlamaq səlahiyyətinə malikdir. Hesablama Palatası dövlət büdcəsinin və büdcədənkənar dövlət fondlarının gəlir və xərclərini təhlil edərkən zəruri hallarda müəssisə və təşkilatlarda audit apara bilər.

Azərbaycan Respublikasının Auditorlar Palatası Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına və "Audit xidməti haqqında" qanuna uyğun olaraq yaradılmışdır. Palatanın fəaliyyəti Milli Məclis tərəfindən təsdiq edilən "Hesablama Palatası haqqında" Əsasnamə ilə tənzimlənir. Palata müstəqil maliyyə təşkilatıdır və respublikanın qanunvericilik və icra hakimiyyəti orqanları qarşısında hesabat vermir. Palatanın funksiyaları aşağıdakılardır:

- Azərbaycan Respublikasında auditin təşkili və nəzarəti;
- "Auditor xidməti haqqında" qanuna uyğun olaraq müstəqil auditorlara və auditor təşkilatlarına lisenziyaların verilməsi, onların fəaliyyətinə nəzarət edilməsi;
- müstəqil auditorların və auditor təşkilatlarının uçotu;
- auditor fəaliyyəti üçün lisenziyanın verilməsi üçün imtahanların keçirilməsi qaydalarının təsdiq edilməsi, ekspertizanın keçirilməsi üçün imtahan komissiyasının tərkibinin təsdiq edilməsi, ekspertizaya görə ödənişlərin müəyyən edilməsi;
- audit yoxlaması formasının, müstəqil auditorların və audit təşkilatlarının fəaliyyəti haqqında müxtəlif hesabatların formalarının təsdiq edilməsi;
- auditor təşkilatlarına köməklik göstərir, audit xidmətinin təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər hazırlayır;
- auditin aparılmasına dair göstərişlər, tövsiyələr və təlimatlar tərtib edir;
- audit xidmətinin göstərilməsinin forma və üsullarına dair normativ sənədləri tərtib edir, habelə auditin aparılması üçün tövsiyələr tərtib edir;
- müştərilərin müstəqil auditorlara və auditor təşkilatlarına qarşı öz funksiyalarının lazımınca yerinə yetirilməməsi ilə bağlı iddialarına baxılmasını təmin edir;
- müstəqil auditorların və auditor təşkilatlarının hüquq və mənafelərini müdafiə edir;
- müstəqil auditorun, auditor təşkilatının, müstəqil xarici auditorun və xarici auditor təşkilatının filial və nümayəndəliyinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin "Auditor xidməti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğunluğunu yoxlayır;
- özəlləşdirmə ilə əlaqədar və ya başqa məqsədlər üçün təsərrüfat subyektlərinin əmlakının qiymətləndirilməsinin etibarlılığına dair audit rəyləri verir;
- audit xidməti göstərən şəxslərə qarşı qanunsuz yolla əldə edilmiş pul vəsaitlərinin və ya digər əmlakın leqallaşdırılmasına və terrorçuluğun maliyyələşdirilməsinə qarşı nəzarət orqanlarının funksiyalarını yerinə yetirir (Azerbaycan Respublikasının "Auditor xidmeti haqqında" 16 sentyabr 1994-cü il tarixli Qanunu).

Bütün orqanlar öz fəaliyyətlərini Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Administrasiyasının Dövlət nəzarəti şöbəsi müvafiq səlahiyyətlərin təmin edilməsi sistemi kimi həyata keçirirlər. Onlar Prezidentin adından çıxış edir və dövlət orqanları tərəfindən Prezidentin sərəncamlarının icrasına nəzarəti həyata keçirirlər. Nəzarət şöbəsinin əsas funksiyaları bunlardır:

- dövlət icra hakimiyyəti orqanlarının xüsusi nəzarət orqanlarının, Prezident Administrasiyasının bölmələrinin fəaliyyətinin təhlili;
- vətəndaşların, müəssisələrin, idarələrin şikayət və müraciətlərinə baxılması (E.Suleymanov, C.Bulut, 2013; s.153).

Şöbənin hər hansı sanksiya tətbiq etmək hüququ yoxdur, lakin qanun pozuntuları aşkar edildikdə, onların aradan qaldırılması üçün icra hakimiyyəti başçılarına göstərişlər göndərir.
Maliyyə nəzarətində də mühüm rol Mərkəzi Banka həvalə edilib. O, ölkədə pul münasibətlərini təşkil edir və ona nəzarət edir. Mərkəzi Bank qanunu pozan banklara qarşı məcburi tədbirlər tətbiq etmək hüququna malikdir. Mərkəzi Bankın funksiyası valyuta tənzimi haqqında qanunvericiliyə əməl olunmasına nəzarəti həyata keçirməkdən ibarətdir. Bank sistemi Azərbaycanın maliyyə sisteminin ayrılmaz elementidir. Bu gün banklar aktiv və kapital baxımından, regional əhatə dairəsi baxımından digər maliyyə vasitəçilərini xeyli qabaqlayır. Respublikada bazar prinsiplərinə əsaslanan inkişaf etmiş ikipilləli bank sistemi fəaliyyət göstərir (Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı birinci mərhələdə, kommersiya və digər bank olmayan kredit təşkilatları ikinci mərhələdədir).
Baş Dövlət Xəzinədarlığı vahid xəzinə hesabından istifadə etməklə fəaliyyəti büdcənin icrası sahəsində təkmil mexanizmə çevrilib. Onun funksiyaları aşağıdakılardır:
- vəsaitləri və dövlət büdcəsinin gəlirlərini vahid xəzinə hesabında mərkəzləşdirir;
- bir hesab üzrə müxtəlif səviyyəli büdcələrin gəlirləri üzrə mərkəzləşdirilmiş əməliyyatların aparılması;
- vahid xəzinə hesabının tranzit hesabları vasitəsilə mərkəzləşdirilmiş və yerli xərclərin, büdcədənkənar fondlar və büdcədənkənar fondlar üzrə xərclərin idarə edilməsi;
- Baş Dövlət Xəzinədarlığının Baş Kitabında dövlət büdcəsinin gəlirləri və xərcləri üzrə əməliyyatların gündəlik təsviri (Azerbaycan Respublikasının Maliyye Nazirliyi yanında Bash Dovlet Xezinedarlıgı haqqında tesdiq olunmush 06 noyabr 2000-ci il tarixli Asasname).
Xəzinədarlıq orqanları dövlət orqanlarında, banklarda, dövlət büdcəsinin vəsaitlərindən və büdcədənkənar fondlardan istifadə edən bütün mülkiyyət formalı müəssisələrdə pul sənədlərini, hesabatları və smetaları yoxlamaq hüququna malikdirlər. Onlar həmçinin öz bank hesabları üzrə əməliyyatları dayandırmaq və dövlət vəsaitlərinin geri alınması üçün sərəncam vermək səlahiyyətinə malikdirlər. Vergi və ya sığorta orqanlarının fəaliyyəti bilavasitə maliyyə ilə bağlıdır. Dövlət Sığorta Nəzarəti Xidməti sığortalıların, sığortaçıların və sığorta bazarının digər iştirakçılarının maraqlarını nəzərə almaqla sığorta fəaliyyətini tənzimləyir və nəzarət edir.
Vergi qanunvericiliyini pozan şəxslərə qarşı zəruri məcburi tədbirlər görmək səlahiyyəti Dövlət Vergi Xidmətinin orqanlarına verilir. Xidmət hüquqi şəxsdir və öz fəaliyyətində Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasını, Vergi Məcəlləsini və Azərbaycan Respublikasının digər qanunlarını, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərman və sərəncamlarını, Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin qərar və sərəncamlarını rəhbər tutur. Xidmətin vəzifələri aşağıdakılardır:
- Azərbaycan Respublikasının dövlət vergilərinin və digər büdcə gəlirlərinin vergi qanunvericiliyinə uyğun olaraq düzgün hesablanmasına, dövlət büdcəsinə daxil olmasına nəzarət etmək;
- vergi ödəyicilərinin vergi qanunvericiliyi, vergilərin hesablanması və ödənilməsi qaydası haqqında bütün zəruri məlumatlarla təmin edilməsi;
- vergi sistemində baş verən pozuntuların və çatışmazlıqların səbəblərinin təhlili və onların aradan qaldırılması üçün zəruri tədbirlərin görülməsi (Azerbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dovlet Vergi Xidmetinin 12 may 2020-ci il tarixli fermanla tesdiq olunmush Asasnamesi).

Nəticə

İqtisadi kateqoriya kimi dövlət büdcəsi dövlətin mərkəzləşdirilmiş fondunun formalaşması, bölüşdürülməsi və istifadəsi prosesində yaranan pul münasibətlərinin məcmusudur. Büdcə tərtibi onun əsas keyfiyyət xüsusiyyətlərini əks etdirən və büdcə vəsaitlərinin formalaşması və istifadəsi üçün zəruri olan pul münasibətləri sistemini təmin edən ən mühüm maliyyə sistemidir. Büdcə təhsil forması olmaqla yanaşı, həm də dövlətin və yerli özünüidarəetmə orqanlarının vəzifə və funksiyalarının maliyyə təminatına yönəlmiş xərc formasıdır.

Dövlət büdcəsi əsasən iqtisadiyyatın yenidən qurulmasının, elmi-texniki potensialın yaradılmasının və əhalinin ən aztəminatlı təbəqələrinin sosial müdafiəsi tədbirlərinin kompleks və məqsədyönlü proqramının maliyyələşdirilməsinə yönəldilir. Büdcə sisteminin bütün səviyyələri büdcələrinin gəlirləri vergi ödəyiciləri, vergitutma məqsədləri, gəlir əldə etmə üsulları və onların ödənilmə müddətləri ilə əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Büdcə xərclərinin strukturu hər il büdcə planları (smetaları) ilə müəyyən edilir və büdcə gəlirləri kimi iqtisadi şəraitdən və dövlətin prioritetlərindən asılıdır.

Büdcə tərtibi dövlət idarəetməsi və yerli özünüidarəetmə orqanlarının vəzifə və funksiyalarının maliyyələşdirilməsinə yönəlmiş təhsil və əsaslı xərclərin formasıdır. Dövlət büdcəsinin iqtisadi kateqoriya kimi mahiyyətinin təzahürü və bu kateqoriyaya xas olan xüsusiyyətlərin təzahürü onun yerinə yetirdiyi funksiyalar vasitəsilə reallaşır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azerbaycan Respublikasının “Hesablama Palatası haqqında” 02 iyul 1999-cu il tarixli Qanunu. Bakı, 2013
2. Azerbaycan Respublikasının “Auditor xidmeti haqqında” 16 sentyabr 1994-cü il tarixli Qanunu. Bakı, 2013
3. Azerbaycan Respublikasının Maliyye Nazirliyi yanında Bash Dovlet Xezinedarlıgı haqqında tasdiq olunmush 06 noyabr 2000-ci il tarixli Asasname. Bakı, 2013
4. “Azerbaycan Respublikası Maliyye Nazirliyi Faaliyyetinin tekmilleshdirilmesi tedbirleri” haqqında Azerbaycan Respublikası Prezidentinin 09 fevral 2009-cu il tarixli fermanı. Bakı, 2014
5. Azerbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dovlet Vergi Xidmetinin 12 may 2020-ci il tarixli fermanla tesdiq olunmush Asasnamesi.Bakı, 2020
6. Valiyev Z.T. “Budce: nezeriyye ve praktika”. Bakı, 2012,
7. Suleymanov E., Bulut C. “Dovlet maliyyesi”. Bakı, 2013, 331 s.
8. “Finansi”. Uchebnik. / Pod red. Q.B. Polyaka. Moskva, 2011
9. http://www.maliyye.gov.az/

СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ПРИ ИСПОЛНЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА И ОРГАНЫ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ ЭТОТ ПРОЦЕСС

Рамиз Магеррамов[1], Сейфали Нуриев[2]
[1,2] Азербайджанский государственный экономический университет, [1,2] Кафедра Экономики и технологических наук,
[1]Доктор философии по экономике, доцент

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

[2]Магистрант, alinuriyev4923@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Государственный бюджет является регулятором экономики, он отражает объем необходимых государству финансовых ресурсов, определяет конкретные направления использования средств, дает направление финансовой деятельности государства. Воздействует на социально-экономические процессы путем разработки бюджетной политики и использования бюджетного механизма. Основными проблемами экономического и социального развития являются оптимизация структуры доходов населения, реформирование социальной сферы, ликвидация бедности, нерациональная структура хозяйственного комплекса и низкий уровень конкурентоспособности отечественных предприятий, а также значительное бремя бюджетных и государственных целевых фондов, финансирования социальных программ. В связи с этим целью национальной бюджетной политики является формирование новой модели социально-экономического развития.

Финансовый контроль основан на использовании нормативной и отчетной информации. Финансовый контроль в Азербайджане осуществляется государственными органами Счетной палатой Азербайджанской Республики, Министерством финансов Азербайджанской Республики, Государственной налоговой службой, Центральным банком Азербайджанской Республики, палатой аудиторов.

Статья посвящена анализу и оценке современного состояния организации финансового контроля за исполнением государственного бюджета. В данном разделе представлена информация об анализе и оценке современного состояния организации финансового контроля за исполнением государственного бюджета, определены социально-экономическая сущность и основные функции государственного бюджета, отмечены органы, осуществляющие финансовый контроль.

Ключевые слова: государственный бюджет, финансовый контроль, счетная палата, аудиторская служба, налог

Publication history

Article received: 08.03.2023
Article accepted: 22.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-354

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
368-381

ANALYSIS OF THE DAMAGE AND ECONOMIC POTENTIAL OF THE KARABAKH ECONOMIC REGION AS A RESULT OF THE OCCUPATION

Umudvar Aliyev[1], Shukrüya Zakirli[2]
[1,2]Azerbaijan State University of Economics, [1,2]Department of Economics and Technological Sciences,
[1]Doctor of Sciences in Economics, Professor
[2]Master student, zakirlishukriya6@gmail.com

ABSTRACT

The fact that 20 percent of Azerbaijan's territory remained under occupation for many years did not allow the country to use the economic potential of these lands. Despite the fact that Karabakh is the territory of the Republic of Azerbaijan, Nagorno-Karabakh and 7 adjacent administrative districts (Lachin, Kalbajar, Gubadli, Zangilan, Jabrayil, Aghdam (district center and most of the territory), Fuzuli (district center and most of the territory) in 1989-1993 was occupied by Armenia in the years. As a result, the historical and cultural monuments, the infrastructure of the region were completely destroyed. The liberation of territories occupied for 30 years as a result of the Patriotic War in 2020 created wide opportunities and favorable conditions for the development of Azerbaijan's economy.

On July 7, 2021, President of Azerbaijan Ilham Aliyev signed a decree on the new division of economic regions of the country. The new division already includes 14 economic districts. Karabakh economic region is one of the 14 economic regions of Azerbaijan. It includes Agjabadi, Agdam, Barda, Fuzuli, Khojaly, Khojavand, Shusha and Tartar administrative regions and the city of Khankendi. Eastern Zangezur economic region includes Jabrayil, Kalbajar, Lachin, Gubadli and Zangilan administrative regions.

Karabakh economic region is one of the 14 economic regions of Azerbaijan. It includes Agjabadi, Agdam, Barda, Fuzuli, Khojaly, Khojavand, Shusha and Tartar administrative regions and the city of Khankendi. Eastern Zangezur economic region includes Jabrayil, Kalbajar, Lachin, Gubadli and Zangilan administrative regions.

The new division of economic regions in Azerbaijan contributes to economic progress, more efficient investment policy and flexible regional management. Their creation will be an impetus for the restoration and development of the territories liberated from occupation during the 44-day war. This step can be considered as a comprehensive plan for the prosperity of the liberated territories. This is also important from the point of view of the reintegration of the liberated territories into the economy of Azerbaijan, because it requires more efficient work in the direction of planning the development of economic regions, ensuring the efficiency of management and revising the structure of the economy of these regions. In addition to having huge tourism, industrial potential, rich water and energy resources, recreational and food industry opportunities, the liberated lands have great mineral and raw material potential. In addition to having huge tourism, industrial potential, rich water and energy resources, recreational and food industry opportunities, the liberated lands have great mineral and raw material potential. At the heart of the Azerbaijani government's plans for the reconstruction of the Karabakh region is its transformation into a center that produces energy from renewable sources.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

The industrial potential of the liberated territories of Azerbaijan will contribute to the country's economy in the coming years. Rich water resources, mineral resources, electricity potential, industrial recreation opportunities are the basis of the industrial potential of the liberated territories. These factors show that the industrial potential of the liberated territories will contribute to the country's economy in the coming years. The liberated territories of Azerbaijan have great potential for the development of agriculture. Priority will be given to grain production, fodder crops and animal husbandry in the lands freed from occupation. The liberated territories of Azerbaijan also have great tourism potential. Various natural monuments, rare plant and animal species are widespread in the occupied region. The State Tourism Agency implements a number of projects in the liberated territories. The tourism potential of the region as a whole is evaluated, tourism products are created. Soon, the settlement of the population in Karabakh will give a strong impetus to the development of the agricultural sector, along with the development of other areas of the economy. Taking into account that all areas will be rebuilt in this region, a new approach to the innovative development of the agricultural sector should be introduced by specialists based on the advanced experience of the developed countries of the modern world in the field of agricultural sector development. This new approach helps determine the optimal ratio of agricultural land, efficient use of forest funds, water resources, changing the gender composition of livestock, etc. should be aimed at raising productivity, increasing the volume of product output, increasing its specific weight in GDP, ensuring that the population's demand for agricultural sector products is met at the expense of domestic production

The implementation of such a project involves the involvement of experienced specialists in the design and construction of technology regions, inviting personnel from world-renowned universities to the educational institutions to be created here, the involvement of foreign businessmen, investors and specialists with experience in the field of industrial production, and special opportunities for businessmen and investors. it may be possible on the basis of creating favorable conditions, as well as establishing the necessary institutional environment for territory management.

The article is devoted to the evaluation of the socio-economic development and current potential of the Karabakh economic region. The contribution of the liberated territories of the Republic of Azerbaijan to the country's economy was studied, the damage caused to the Karabakh economic region as a result of the occupation was assessed, including the analysis and evaluation of the economic potential of the Karabakh economic region.

Keywords: economic damage, agricultural sector, climate conditions, compact city, SWOT analysis.

İŞĞAL NƏTİCƏSİNDƏ QARABAĞ İQTİSADİ RAYONUNA DƏYMİŞ ZƏRƏRİN VƏ İQTİSADİ POTENSİALIN TƏHLİLİ

Ümüdvar Əliyev[1], Şükrüyə Zakirli[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası
[1]İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor
[2]Magistr tələbəsi, zakirlishukriya6@gmail.com

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

XÜLASƏ

Qarabağ iqtisadi rayonu Azərbaycanın 14 iqtisadi rayonundan biridir. Onun tərkibinə Ağcabədi, Ağdam, Bərdə, Füzuli, Xocalı, Xocavənd, Şuşa və Tərtər inzibati rayonları və Xankəndi şəhəri daxildir. Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonuna Cəbrayıl, Kəlbəcər, Laçın, Qubadlı və Zəngilan inzibati rayonları daxildir.
Azərbaycanda iqtisadi rayonların yeni bölgüsü iqtisadi tərəqqiyə, daha səmərəli investisiya siyasətinə və çevik regional idarəetməyə töhfə verir. Onların yaradılması 44 günlük müharibə zamanı işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası və inkişafı üçün təkan olacaq. Bu addımı işğaldan azad edilmiş ərazilərin çiçəklənməsi üçün vahid plan kimi qiymətləndirmək olar. Bu, işğaldan azad edilmiş ərazilərin Azərbaycan iqtisadiyyatına reinteqrasiyası baxımından da vacibdir, çünki iqtisadi rayonların inkişafının planlaşdırılması, idarəetmənin səmərəliliyinin təmin edilməsi və bu rayonların iqtisadiyyatının strukturuna yenidən baxılması istiqamətində daha səmərəli iş aparılmasını tələb edir. İşğaldan azad edilmiş torpaqlar nəhəng turizmə, sənaye potensialına, zəngin su və enerji ehtiyatlarına, rekreasiya və qida sənayesi imkanlarına malik olmaqla yanaşı, böyük mineral-xammal potensialına malikdir. İşğaldan azad edilmiş torpaqlar nəhəng turizmə, sənaye potensialına, zəngin su və enerji ehtiyatlarına, rekreasiya və qida sənayesi imkanlarına malik olmaqla yanaşı, böyük mineral-xammal potensialına malikdir. Azərbaycan hökumətinin Qarabağ bölgəsinin yenidən qurulması planlarının mərkəzində onun bərpa olunan mənbələrdən enerji istehsal edən mərkəzə çevrilməsi dayanır.
Məqalə Qarabağ iqtisadi rayonunun sosial-iqtisadi inkişafının və mövcud potensialının qiymətləndirilməsinə həsr olunmuşdur. Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad edilmiş ərazilərinin ölkə iqtisadiyyatına töhfəsi öyrənilmiş, işğal nəticəsində Qarabağ iqtisadi rayonuna dəymiş ziyanın qiymətləndirilmiş, o cümlədən Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialının təhlili və qiymətləndirilməsi aparılmışdır.
Açar sözlər: iqtisadi ziyan, aqrar sektor, iqlim şəraiti, kompakt şəhər, SWOT təhlil.

Giriş

Uzun illər Azərbaycan ərazisinin 20 faizinin işğal altında qalması ölkəyə bu torpaqların iqtisadi potensialından istifadə etməyə imkan vermirdi. 2020-ci ildə Vətən Müharibəsi nəticəsində 30 il işğal altında olan ərazilərin azad edilməsi Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı üçün geniş imkanlar və əlverişli şərait yaratmışdır.
Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev 2021-ci il iyulun 7-də ölkənin iqtisadi rayonlarının yeni bölgüsü haqqında sərəncam imzalayıb. Yeni bölgü artıq 14 iqtisadi rayonu nəzərdə tutur. Qarabağ iqtisadi rayonu Azərbaycanın 14 iqtisadi rayonundan biridir. Onun tərkibinə Ağcabədi, Ağdam, Bərdə, Füzuli, Xocalı, Xocavənd, Şuşa və Tərtər inzibati rayonları və Xankəndi şəhəri daxildir. Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonuna Cəbrayıl, Kəlbəcər, Laçın, Qubadlı və Zəngilan inzibati rayonları daxildir.

Məqsəd

Məqalənin yazılmasının məqsədi işğal nəticəsində Qarabağ iqtisadi rayonuna dəymiş ziyanı qiymətləndirmək və Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialının təhlilini aparmaqdır.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Qarabağ iqtisadi rayonu aqrar sektorun, turizmin, kənd təsərrüfatının inkişafı baxımından geniş potensiala malik ərazidir. İşğal nəticəsində bu potensiala ziyan dəymiş olsa da, müasir iqtisadiyyatın qarşısında duran əsas vəzifə işğaldan azad olunmuş ərazilərdə bərpa işləri aparılmasıdır. Məsələnin bu tərəfi bu tipli araşdırmaların vacibliyini şərtləndirir.

Metodlar

Təqiqat işinin yazılması zamanı bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə analiz və sintez metodlarından istifadə etməklə məlumatlar toplanmış, daha sonra isə tədqiqatın məqsədləri üçün tələb olunan qaydada birləşdirilmişdir. Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadiyyatının mövcud vəziyyətini və potensialını öyrənmək üçün regionun güclü, zəif tərəflərini, eləcə də imkan və təhdidlərini əks etdirən SWOT təhlili aparılmışdır. Empirik məlumatların tədqiqi vasitəsilə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişaf üçün potensial imkanları müəyyən etmək mümkün olmuşdur.

Qarabağın Azərbaycan Respublikasının ərazisi olmasına baxmayaraq, Dağlıq Qarabağ və ona bitişik 7 inzibati rayonun (Laçın, Kəlbəcər, Qubadlı, Zəngilan, Cəbrayıl, Ağdam (rayon mərkəzi və ərazinin böyük hissəsi), Füzuli (rayon mərkəzi və ərazinin böyük hissəsi) 1989-1993-cü illərdə Ermənistan tərəfindən işğal edilmişdir. Nəticədə tarix və mədəniyyət abidələri, regionun infrastrukturu tamamilə dağıdılıb. 880-ə yaxın yaşayış məntəqəsi, 695 xəstəxana, 150 min bina və mənzil, 927 kitabxana, teatrlar, 67 məscid, saraylar, məbədlər, türbələr və s. dağıdılıb və ya yandırılıb. Regionun nəqliyyat infrastrukturu tamamilə dağılıb: yüzlərlə körpü (160), 2670 kilometr yol, 693 məktəb və 855 uşaq bağçası yararsız vəziyyətə düşüb. Yüzlərlə kilometr uzunluğunda olan suvarma sistemi tamamilə dağılıb.

Ermənistanın 1988-1992-ci illərdə sistemli şəkildə həyata keçirdiyi son etnik təmizləmə siyasəti nəticəsində 250 min azərbaycanlı son yurd-yuvasına qədər zorla qovulub. 1988-ci ildən Ermənistan Azərbaycanın ayrılmaz hissəsi olan Dağlıq Qarabağın 126 yaşayış məntəqəsində yaşayan azərbaycanlıların zorla qovulması planı həyata keçirilib.

Azərbaycanın Baş Prokurorluğu Ermənistanın Azərbaycan ərazilərinin (Qarabağ və Şərqi Zəngəzur) işğalı zamanı ətraf mühitə vurduğu ziyanı 16,2 milyard manat (9,53 milyard dollar) qiymətləndirir (http://interfax.az/view/877938).

2020-ci ilin dekabrında yaradılmış və ABŞ, Almaniya, Fransa, Macarıstan, Türkiyə, Gürcüstan və Azərbaycandan olan mütəxəssislərin daxil olduğu müstəqil ekspertlər qrupu ilkin hesablamalara yekun vurub.

Mütəxəssislər kənd təsərrüfatı ilə yanaşı, şəxsi və dövlət əmlakına, mədəniyyət abidələrinə dəymiş ziyanın hesablanması üzərində də çalışıblar.

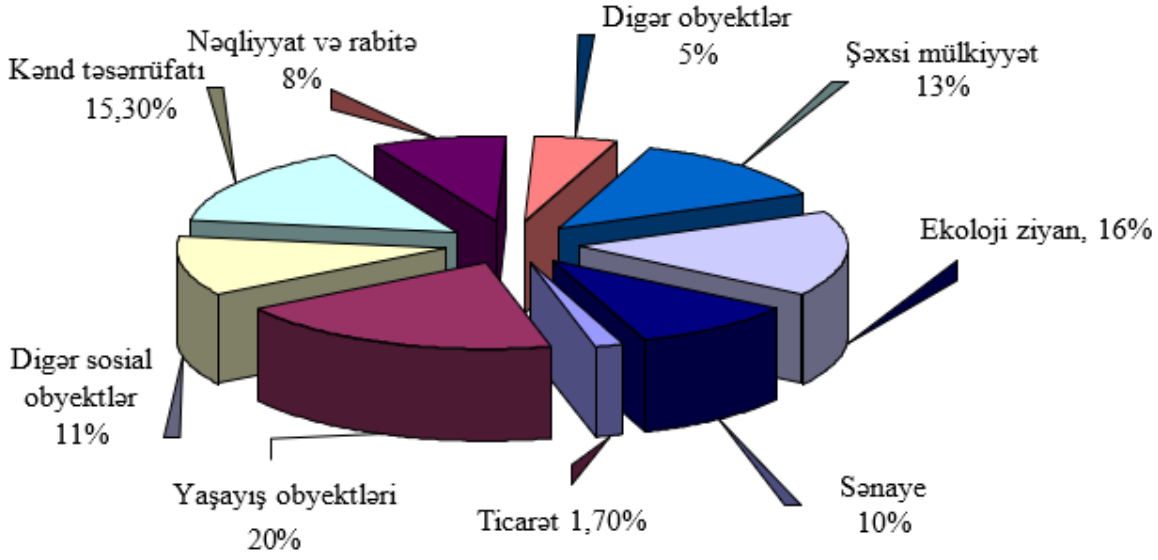
İşçi qrupu öz tədqiqatlarında sintetik nəzarət metodunu tətbiq etmişdir. Ərazilərin seçimi işğaldan əvvəlki dövrdə (1985-1990-cı illərdə) kənd təsərrüfatının müxtəlif sahələrində işğal edilmiş rayonların, eləcə də işğalın təsirinə məruz qalmayan ərazilərin statistik göstəriciləri əsasında aparılmışdır. Eyni zamanda oxşarlıq meyarı kimi sahələr üzrə istehsal həcmləri və məhsuldarlıq göstəriciləri seçilmişdir.

Ən çox oxşar rayonları müəyyən edən ekspertlər seçilmiş rayonların hasilat həcmləri üzrə orta statistik məlumatlar əsasında son 27 ildə Azərbaycanın işğal olunmuş rayonlarının hər birinə dəymiş ziyanın miqdarını hesablayıblar. Qiymətlər 1990-cı ilin baza ili əsasında indeksləşdirilmişdir.

Ekspertlərin hesablamalarına görə, təkcə Azərbaycanın kənd təsərrüfatına dəymiş ümumi ziyan 87,06 milyard dollar təşkil edib. Bu göstəricinin müəyyən edilməsi üçün beynəlxalq

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

metodologiyadan istifadə edilmiş, 1985-2020-ci illəri əhatə edən 35 illik məlumat bazası hazırlanaraq təhlil edilmişdir.
Yaxın vaxtlarda 27 ildir işğal altında olan hər bir rayonda bütövlükdə və sahələr üzrə kənd təsərrüfatına dəymiş ziyanın məbləği açıqlanacaq.
Qeyd edək ki, 2020-ci ildə Ermənistan büdcəsinin gəlir hissəsi 689 milyon dollar kəsirlə təxminən 3,2 milyard dollar təşkil edib. Beləliklə, təxmini zərərin məbləği Ermənistanın illik büdcəsinin təxminən 27-si qədər təşkil edir.
Mütəxəssislərin ilkin hesablamalarına əsasən, iqtisadi fəaliyyət sahələri üzrə bu zərəri aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar (diaqram 1).
Diaqram 1. Qarabağ müharibəsi nəticəsində Azərbaycana dəymiş iqtisadi zərərin strukturu.



Mənbə: Azərbaycan İqtisadiyyat Nazirliyinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycan Xarici İşlər Nazirliyinin "Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində qeyri-qanuni iqtisadi və digər fəaliyyətlər" adlı hesabatında Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərində mineral ehtiyatların qeyri-qanuni işlənməsi ilə məşğul olan şirkətlər barədə məlumat verilib. Bu ərazilər təbii sərvətlərlə zəngin idi - burada 155-ə yaxın qiymətli daşlar, faydalı qazıntılar və dəmir yataqları, o cümlədən əlvan metallar, qızıl, civə, qurğuşun, kömür və sink, perlit və s. mövcud idi. İşğal olunmuş ərazilərdə qeyri-qanuni olaraq ekoloji normalara riayət edilmədən hasil edilən dağ-mədən sənayesinin məhsulları xammal kimi Ermənistana verilir, zavodlarda emal olunur, sonra isə xammal və ya yarımfabrikat kimi ixrac edilirdi.
İşğal nəticəsində yeni tikililər üçün gətirilən bütün maddi-texniki baza dağıdılıb, nəzərdə tutulan layihələr həyata keçirilməyib. İşğal olunmuş ərazilərdə fəaliyyət göstərən sənaye sahələri respublikanın iqtisadiyyatında mühüm yer tuturdu. Burada yeyinti və yüngül sənaye müəssisələri, tikinti materialları müəssisələri üstünlük təşkil etmişdir.
Coğrafiyası kifayət dərəcədə rəngarəng olan Qarabağ (Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonları) aqrar sektorun inkişafı üçün çox zəngindir. Heyvandarlığın, əkinçiliyin, balıqçılığın, arıçılığın və digər sahələrin inkişafı üçün təbii şərait kifayət dərəcədə əlverişlidir.

Tezliklə əhalinin Qarabağda məskunlaşdırılması iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafi ilə yanaşı, aqrar sektorun da inkişafına güclü təkan verəcək. Bu regionda bütün sahələrin yenidən qurulacağını nəzərə alaraq, müasir dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin aqrar sektorun inkişaf etdirilməsi sahəsində qabaqcıl təcrübəsinə əsaslanaraq mütəxəssislər tərəfindən aqrar sektorun innovativ inkişafına yeni yanaşma ortaya qoyulmalıdır. Bu yeni yanaşma əkinçilik sahələrinin optimal nisbətinin müəyyənləşdirilməsinə, meşə fondundan, su ehtiyatlarından səmərəli istifadəyə, mal-qaranın cins tərkibinin dəyişdirilməsi və s. məhsuldarlığın yüksəldilməsinə, məhsul buraxılışının həcminin artırılmasına, ÜDM-də onun xüsusi çəkisinin artmasına, əhalinin aqrar sektor məhsullarına (xüsusi ilə orqanik məhsullara) olan tələbatının daxili istehsal hesabına ödənilməsinin təmin edilməsinə yönəldilməlidir (Aliyev U., 2022: s. 24).

Mütəxəsislər tərəfindən regionda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının rayonlaşdırılması (dağlıq, dağətəyi, aran, suvarılan) xəritəsinin işlənib tərtib edilməsi kənd təsərrüfatı məhsulunun istehsalının artımında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

Bu bölgədə sənaye sahələrinin inkişafına güclü kənd təsərrüfatı, xammal və yerli təbii ehtiyatlar müsbət təsir göstərmişdir. İşğal olunmuş ərazilərdə yerli əhalinin ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edən sənayenin ən inkişaf etmiş sahələri kərə yağı, pendir istehsalı, şərabçılıq və yüngül sənaye idi.

Rayonda güclü kommunikasiya xətləri, obyektlər yaradılmışdır. Ümumi uzunluğu 25 min km olan avtomobil və torpaq yollar, ümumi uzunluğu 3984 metr olan 160 körpü, 14,5 min km uzunluğunda elektrik xətləri, 2500 transformator dağıdılıb; 2,3 min km su təchizatı xətti; 2,0 min km qaz kəmərləri; ümumi uzunluğu 240 km olan kanalizasiya şəbəkəsi; 160 su çəni, 34-dən çox qazpaylayıcı, 35 min telefon stansiyaları, eyni zamanda 4 hava limanı, Bakı-Ağdam və Horadiz-Ordubad dəmir yolu xətləri, Bakı-Stepanakert-Naxçıvan qaz kəməri dağıdılmışdır.

Ötən illərdə 280 min hektardan çox meşə, 1 milyon hektara yaxın münbit torpaq, o cümlədən 128 min hektara yaxın suvarılan torpaq, 35 min hektara yaxın üzüm və meyvə bağları, 1200 kilometrdən çox suvarma sistemləri Ermənistanın nəzarətində olub. 120 mindən çox ərazi ermənilərin nəzarətində idi, beş rayonda hektar əkin sahəsi suvarılmamış və praktiki olaraq istifadə edilməmişdir. 220 min başdan çox mal-qara oğurlanıb. Əvvəllər bu ərazilər Azərbaycanın kənd təsərrüfatı istehsalının təxminən 35%-ni təşkil edirdi. Ərazilərimizin işğaldan azad edilməsi Azərbaycanın ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasına da mühüm töhfə olacaq. Xüsusilə, ölkənin heyvandarlıq məhsulları ilə özünütəminetmə səviyyəsi xeyli yüksələcək. Son illərdə ət və ət məhsulları ilə özünütəminetmə səviyyəsi 80 faiz, süd və süd məhsulları üzrə 85 faizə yaxın olmuşdur. Ekspertlərin hesablamalarına görə, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə təsərrüfat fəaliyyəti bərpa olunduqdan sonra biz özümüzü bu məhsulla tam təmin edə biləcəyik.

Eyni zamanda, Azərbaycanda taxılla özünütəminetmə səviyyəsinin yüksəldilməsi nəzərdə tutulur. Rəsmi statistikaya görə, sovetlər dövründə Qubadlı rayonunun iqtisadiyyatının əsasını taxılçılıq, heyvandarlıq, tütünçülük, baramaçılıq və üzümçülük təşkil edirdi. Rayonda ildə 15 min tona yaxın taxıl, 12 min ton heyvan yemi, 2 min ton tütün, 1,2 min ton ət və 2 min ton süd məhsulları istehsal edilmişdir.

Hər il dövlətə orta hesabla 3 min ton üzüm tədarük edilirdi. Rayonda kənd təsərrüfatı istehsalı sahələrindən biri də baramaçılıq olub. Rayonun ixtisaslaşmış təsərrüfatları ildə 60-70 ton barama istehsal edirdi. 1960-cı illərə qədər ərazidə o dövrdə məşhur olan düyü sortları yetişdirən düyü təsərrüfatları var idi. Azərbaycan Respublikasının dağətəyi zonasında yerləşən Zəngilan rayonu iqtisadi cəhətdən əsasən kənd təsərrüfatı ilə məşğul olmuşdur. Sovet dövründə rayonda 30 kolxoz, 1 arıçılıq təsərrüfatı, 4 kooperativ və çoxlu sayda kiçik şəxsi təsərrüfat fəaliyyət göstərirdi.

Ümumi torpaq sahəsinin 35548 hektarı kənd təsərrüfatına yararlı hesab olunur. Rayonun təsərrüfatlarında 43 min baş iribuynuzlu mal-qara, 92 min baş xırdabuynuzlu mal-qara, 1,4 min arı ailəsi, 300 minə yaxın meyvə ağacı var idi. Zəngilan rayonunda 12 min başlıq quşçuluq ferması da var idi. Cəbrayıl rayonunun əhalisinin çox hissəsi kənd yerlərində yaşadığından onun əsas məşğuliyyəti əkinçiliklə bağlı olmuşdur. Həmin dövrdə yerli sakinlər üzümçülük, heyvandarlıq, taxılçılıq, quşçuluq və baramaçılıqla məşğul olurdular.

Füzuli rayonunun iqtisadiyyatının əsasını həm də kənd təsərrüfatı təşkil edirdi. Rayonun torpaq fondunun çox hissəsini kənd təsərrüfatına yararlı boz, şabalıdı, boz-qəhvəyi torpaqlar təşkil edirdi. Döyüşlər başlayana qədər burada taxılçılıq, heyvandarlıq, üzümçülük, qoyunçuluq, quşçuluq və baramaçılıq geniş inkişaf etmişdir.

Ölkənin ən böyük rayonlarından biri olan Ağdam rayonunun 70%-ə yaxını ilhaq edilmişdir. Rayonun 40 min hektardan çox əkin sahəsinin əhəmiyyətli hissəsi işğal olunmuşdu. 28 il Ermənistanın nəzarətində olan Ağdam rayonu işğaldan azad edilən rayonlar arasında əhalinin sayına görə ən böyüyüdür. Əvvəllər orada 140 mindən çox insan yaşayırdı. Qeyd olunan digər rayonlarda olduğu kimi, bu rayonun da əhalisi kəndlərdə cəmləşmiş və onların əsas məşğuliyyəti kənd təsərrüfatı olmuşdur. Ciddi kənd təsərrüfatı potensialına malik olan Ağdamın sərvətləri illər keçdikcə dağıdıldı, kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan yerli əhali ölkənin müxtəlif şəhər və rayonlarında məskunlaşmağa məcbur oldu; yaşayış binaları, ümumi infrastruktur, o cümlədən kənd təsərrüfatı istehsalı üçün zəruri olan infrastruktur dağıdılıb. Ağdamda əkin sahələrinin suvarılması üçün Suqovuşan, Xudafərin, Ağdamkənd, Vəlvələçay kimi su ehtiyatlarından istifadə edilməsi, şübhəsiz ki, rayonda kənd təsərrüfatının inkişafına mühüm töhfə verəcəkdir. Ağdam rayonunda otlaqlar və biçənəklər kifayət qədər böyükdür və ölkənin müvafiq ərazilərinin təxminən 0,8%-ni təşkil edir ki, bu da yerli əhalinin heyvandarlıq sahəsində təsərrüfat ənənələrini qoruyub saxlamağa və inkişaf etdirməyə imkan verəcəkdir. Rayonda düzənlik və əlverişli təbii-iqlim şəraitinin olması bitkiçiliyin inkişafı üçün lazımi şərait yaradır. Ərazidə dənli bitkilər, pambıq sahələri, yem bitkiləri, üzümlük və meyvə bağları geniş əraziləri tuturdu.

1980-1988-ci illərdə, yəni silahlı münaqişədən əvvəlki illərdə Ağdam rayonunda taxıl istehsalı 6 faizdən çox artmışdır. 1988-ci ildə 7700 hektar sahədən 30 min tondan çox taxıl götürülmüş, orta məhsuldarlıq hər hektardan 40 sentnerə yaxın, maksimum məhsuldarlıq isə 44,6 sentner olmuşdur.

Bu günə qədər işğaldan azad edilmiş ərazilərdə biznes açmaq istəyən sahibkarlardan KOS-lara 945 müraciət daxil olub. Onlardan 446-sı investisiya layihələri, 499-u digər iş və xidmətlər (əsasən müqavilə əsasında) ilə bağlıdır. Müraciətlərin 27%-i tikinti, 27%-i ticarət və xidmət sahələri, 21%-i sənaye, 18%-i kənd təsərrüfatı, 7%-i turizm, səhiyyə, təhsil, mədəniyyət, nəqliyyat və logistika sahələrinə aiddir (https://www.yeniazerbaycan.com/Iqtisadiyyat_e65621_ru.html).

İnnovasiya və investisiya siyasəti dövlət iqtisadiyyatında bir çox uğurların əldə olunmasında həlledici rol oynayır. Makroiqtisadi sabitliyin, iqtisadi artımın, iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi, milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi və bir çox sosial-iqtisadi problemlərin həlli üçün mühüm şərtlərdən biri ölkədə investisiya mühitidir.

Xarici investorlar üçün Qarabağda bizneslə məşğul olmaq üçün imkanlar yaradılır, güzəştlər verilir. Bundan əlavə, Zəngəzur dəhlizi ilə bölgənin mühüm coğrafi mövqeyi də Qarabağdakı xarici investorların öz məhsullarını dünya bazarlarına çıxarmasını asanlaşdıracaq və şirkətlərin logistik xərclərini azaldacaq.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alaraq, investorlar üçün hər tərəfdən cəlbedici olan Qarabağ bölgəsinin tezliklə xarici kapitalın cəmləşdiyi məkana və nəticədə Azərbaycanın ən mühüm investisiya mərkəzinə çevriləcəyi gözlənilir.

2022-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında Azərbaycanın Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının inkişafı üçün əsas kapitala yönəldilmiş ümumi investisiyanın həcmi 1 milyard 920 milyon 697,3 min manat təşkil edib ki, bu da ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2,1 dəfə çoxdur.

Hesabat dövründə Qarabağ iqtisadi rayonuna 805 milyon 146,8 min manat (39,4 faiz artım) investisiya qoyulmuş, onun 784 milyon 852,9 min manatı (40% artım) tikinti-quraşdırma işlərinə yönəldilmişdir. Eyni zamanda, ən çox kapital qoyuluşu - 298 milyon 908,5 min manat Füzuli rayonuna yatırılıb (Qarabağa qoyulmuş bütün investisiyaların 37,1 faizi). Şuşa rayonuna 168 milyon 428,6 min manat, Xocavənd rayonuna isə 131 milyon 411,9 min manat investisiya qoyulmuşdur.

2022-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında Azərbaycanda əsas kapitala yönəldilmiş kapital qoyuluşları 10 milyard 154 milyon 448,5 min manat təşkil edib ki, bu da ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 4,6% çoxdur.

Hazırda Qarabağ iqtisadi rayonu ərazisində aparılan yenidənqurma işləri və xeyli az miqdarda statistik məlumatlarla əlaqədar mövcud vəziyyətin tam təhlilini aparmaq kifayət qədər çətindir, lakin yuxarıda qeyd olunan təcrübəyə əsaslanaraq infrastrukturun son 15 ildə Azərbaycan iqtisadiyyatına təsirindən azad edilmiş torpaqlardakı vəziyyəti aşağıdakı kimi təhlil etmək olar (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Qarabağ iqtisadi rayonunun SWOT təhlili.

Güclü tərəflər (Strengths)	Zəif tərəflər (Weaknesses)
Zəngin təbii ehtiyatlar Yaxşı iqlim şəraiti Böyük tarixi irs	Faydalı qazıntı yataqlarının bərbad vəziyyəti Dağılmış yollar və dəmir yolları Uzun sürən rəsmiləşdirmə prosesi Yanmış meşə örtüyü
İmkanlar (Opportunities)	**Təhdidlər (Threats)**
"Ağıllı şəhər" və "Yaşıl enerji" layihələri üçün əsasların mövcudluğu 800-dən çox sahibkarın marağı Türkiyə, Böyük Britaniya ilə müxtəlif müqavilələrin imzalanması və s.	Qeyri-sabit siyasi vəziyyət Sərhəddə hərbi əməliyyatlar Xarici ölkələrdən investisiyaların olmaması riski Pandemiyanın iqtisadiyyata təsiri

Mənbə: Aliyev A., 2021: p. 13 əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Azərbaycanın qaytardığı rayonların üstünlüklərindən biri də orada zəngin təbii sərvətlərin və xammalın olmasıdır. Metallardan xrom, mis, polimetallar, qızıl, civə və sürmə yataqları mövcuddur. Filizlərin tərkibində əsas metallarla yanaşı gümüş, molibden, nikel, vismut, tellur, selen, kadmium və başqaları da olur, qiymətli metallar müşahidə olunur. Bu filiz yataqlarından ən mühümü qızıl yataqlarıdır. Sovet hakimiyyəti illərində Dağlıq Qarabağ ərazisində yerləşən istehsal müəssisələrinin əksəriyyəti tədarük olunan yanacaq, xammal və materiallar əsasında fəaliyyət göstərdiyinə görə Dağlıq Qarabağ Azərbaycanın digər iqtisadi rayonları ilə sıx iqtisadi əlaqələrə malik idi. Bir sıra müəssisələr Bakıda fəaliyyət göstərən subyektlərin filialları hesab

edilirdi. 1985-ci ildə Qarabağın Xankəndindəki iri ipək kombinatına daxil olan barama xammalının cəmi 8 faizi Qarabağın özündə istehsal olunurdu.

Bu ərazinin növbəti üstünlüyü yaxşı iqlim şəraitinin və turizmin inkişafı üçün böyük tarixi irsin olmasıdır. Azərbaycan mədəniyyətinin və incəsənətinin beşiyi olan Şuşa Qarabağın döyünən ürəyidir. Burada Şuşa qalası və vaxtilə öz möhtəşəmliyi ilə məşhur olan Yuxarı Gövxar ağanın məscidi yerləşir. Azərbaycanın mədəniyyət tarixində mühüm rol oynamış insanlar bu şəhərdə doğulub. Qafqaz Albaniyası dövrünə aid tarixi kilsələr, Laçın rayonunda Ağoğlan çayı sahilində V-VI əsrlərdə tikilmiş Ağoğlan monastırı, Kəlbəcər rayonunun Vəng kəndində yerləşən Xudavəng Monastır Kompleksi, IV əsrə aid Xocavənd rayonu, Xudafərin körpüsü və Azıx mağaraları görməli yerlərdir ki, bu da bu ərazidə tarixi turizmin inkişafına güclü təkan verəcək. Çox qısa müddətdə tikilib istifadəyə verilən Füzuli hava limanını da güclü tərəf adlandırmaq olar (Huseynov N.R., 2021: 72 səh.).

Hazırda güclü tərəflərdən daha çox zəif tərəflər var. Faydalı qazıntı yataqlarının əksəriyyəti işğal dövründə ermənilər tərəfindən istifadə edilib. Şahbulaq əhəngdaşı yatağı, Əsgəran mergel yatağı, Ağçay, Xarov, Zərinbax, Yemişkan və Qulabılı mərmər əhəngdaşı yataqları, Çıldıran tuf yatağı ermənilər tərəfindən intensiv istismar edilmiş, məhsulların böyük hissəsi rayondan ixrac edilmişdir. İşğal zamanı Söyüdlü (Zod), Ağuzdağ, Ağzabir-Qızılıtan, Qızılbulaq və Vejnəli yataqları da ermənilər tərəfindən xarici şirkətlərlə birgə qeyri-qanuni istismara məruz qalıb və bu da ölkəmizə xeyli iqtisadi və ekoloji ziyan vurub. Yataqlarla yanaşı, evlər və abidələr də bərbad vəziyyətdədir ki, bu da hələlik turist qonaqlarının yuxarıda qeyd olunan yerlərə getməsini mümkünsüz edir. Ümumilikdə 890 yaşayış məntəqəsi (şəhər, qəsəbə və kənd) erməni hərbi təcavüzkarı tərəfindən dağıdılıb. İşğalçıların düşmən təcavüzünün təsiri altında vahid nəqliyyat-kommunikasiya sistemi də dağıdılıb. Keçmiş Dağlıq Qarabağ Muxtar Vilayətinin mərkəzi olan Xankəndindən Bakıya 392 km-lik dəmir yolu xətlərindən istifadə etməklə getmək mümkün idi. Hazırda ölkənin dəmir yolu şəbəkəsinin əsas halqalarından biri fəaliyyət göstərmir ki, bu da regionun nəqliyyat sektorunda ümumi vəziyyəti daha da gərginləşdirir.

Digər zəif cəhət bu ərazilərdə minatəmizləmə prosesinin uzun sürməsi və minaların təmizlənməsində iştirak edən hərbçilərin çoxlu sayda ölümünün qaçılmaz olmasıdır. Bu səbəblərə görə ərazilərin bir hissəsi hələ də mülki şəxslər və investorlar üçün əlçatan deyil. Bundan əlavə, ərazi meşə örtüyü ilə çox zəngin idi ki, bu da ümumi ərazinin 14%-ni təşkil edirdi. Ən böyük meşə örtüyü Kəlbəcər və Laçın rayonlarında olub. Lakin Ermənistanın təcavüzü nəticəsində bu meşələrə ciddi ziyan dəyib.

İşğal olunmuş ərazilərin imkanlarını bütövlükdə Azərbaycan iqtisadiyyatının 2020-ci ilə qədər inkişafı timsalında nəzərdən keçirmək olar. Xarici investorların cəlb edilməsi yeni modernləşdirilmiş infrastrukturun qurulmasına kömək edəcək ki, bu da öz növbəsində qaçqınların öz evlərinə köçürülməsi və onların işlə təmin olunması ilə bağlı bir sıra problemləri həll edəcək. Bu günədək Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinə işğaldan azad edilmiş ərazilərdə biznes qurmaq istəyən sahibkarlardan 800-dən çox müraciət daxil olub, onlardan 240-a yaxını 30 ölkədən olan xarici investorlar tərəfindən verilib. Əvvəlki illərin timsalında kiçik və orta biznesə, sənaye, tikinti, turizm, sosial infrastruktur obyektləri kimi sahələrə investisiyaların artması ilə qeyd etmək lazımdır ki, yoxsulluq səviyyəsi xeyli azalıb, ÜDM və adambaşına düşən ÜDM göstəricilər də artmışdır. Həmçinin Azərbaycan kənd təsərrüfatını iqtisadiyyatını şaxələndirmək üçün dörd prioritet sektordan biri kimi müəyyənləşdirdi. Kənd təsərrüfatı Azərbaycanda əhalinin 37%-ni işlə təmin edir. Azərbaycan

məhsulları postsovet bazarlarında yaxşı tanınır və çox vaxt premium məhsul kimi satılır (https://smb.gov.az/az/all-news/kobia-da-2021-ci-ilin-yekunlari-ile-bagli-metbuatkonfransi-kecirilib, 2022).

Sosial infrastruktur infrastruktur sektorunun alt hissəsidir və adətən sosial xidmətlər göstərən aktivləri əhatə edir. Sosial infrastruktur obyektlərinə misal olaraq məktəblər, universitetlər, xəstəxanalar, mədəniyyət obyektləri, istirahət obyektləri, pərakəndə satış məntəqələri, banklar və ictimai yaşayış binalarını göstərmək olar. Sosial infrastruktur sahəsində "Ağıllı kənd" layihəsi həyata keçirilməyə başlanıb, bunun üçün Zəngilan rayonunun Ağalı kəndi seçilib. "Ağıllı kənd" pilot layihəsi 5 komponent üzrə həyata keçirilir. Layihəyə mənzil, istehsalat, yüksək səviyyəli sosial xidmətlər, "ağıllı kənd təsərrüfatı" və yaşıl enerji mənbələrinin tətbiqi daxildir. Tikintinin ilk mərhələlərində müasir məktəblər, uşaq bağçaları, poliklinikalar, elektron hökumət mərkəzləri tikiləcək. İşin gedişində izolyasiya edilmiş qabaqcıl tikinti materiallarından istifadə olunacaq. Bütün sosial obyektləri, yaşayış komplekslərini və inzibati binaları enerji ilə təmin etmək yollarının təməlində alternativ enerji dayanacaq (Aliyev A., 2021: p.15). Cədvəl 2 bu layihənin müsbət və mənfi tərəflərini göstərir.

Cədvəl 2. "Ağıllı Şəhər" layihəsinin üstünlükləri və mənfi cəhətləri.

Üstünlüklər	Mənfi cəhətləri
Təmiz ətraf mühit	Rəqəmsallaşmadan asılılıq
Ağıllı parkinq sistemi	Böyük həcmdə investisiya
Yeni iş imkanları	
Təkmilləşdirilmiş nəqliyyat sistemi	
Ağıllı sağlamlıq sistemləri	
Davamlı və bərpa olunan enerji üçün rəqəmsal sistemlər	

Mənbə: Aliyev A., 2021: p.15 əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə "Ağıllı kənd" və "Ağıllı şəhər"lə yanaşı, sosial infrastrukturun formalaşdırılmasında da tətbiq oluna biləcək növbəti model kompakt məskunlaşma forması modelidir. Kompakt şəhər aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik yüksək əhali sıxlığına malik şəhər yaşayış məntəqəsidir:

- Mərkəzi hissənin canlandırılması
- Yüksək sıxlıqlı inkişaf
- Çoxfunksiyalı inkişaf
- Xidmətlər və şərait: xəstəxanalar, parklar, məktəblər, istirahət və əyləncə

Kompakt şəhərin şəhərlərin genişlənməsi ilə müqayisədə bir çox açıq üstünlükləri var, o cümlədən: avtomobillərə daha az etibar və buna görə də daha az emissiya, daha az enerji istehlakı, daha yaxşı ictimai nəqliyyat xidmətləri, ümumi əlçatanlığın artması, infrastrukturun və əvvəllər işlənmiş torpaqların təkrar istifadəsi. Daha ətraflı olaraq, bu layihənin müsbət və mənfi tərəflərini cədvəldə nəzərdən keçirmək olar.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Cədvəl 3. Kompakt Şəhər layihəsinin üstünlükləri və mənfi cəhətləri.

Üstünlüklər	Mənfi cəhətləri
Səyahət vaxtının azaldılması	Təbii fəlakətlərin təsirlərinə qarşı həssaslıq
Ətraf mühitə təsirin azaldılması	Daha az şəxsi yer
Yanacaq və enerji istehlakının azaldılması	
Mərkəzin yaxşı əlçatanlığı	
Məskunlaşma nöqtəsində təbii mühitin ən az pozulması dərəcəsi	

Mənbə: Nadeem M., Aziz A., Rashid M.A., 2021: p.2. əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Hazırda artıq azad edilmiş rayonlarda müəyyən gəlir bazasının yaradılması prosesinin dinamikasını izləmək mümkündür. Belə ki, təkcə 2021-ci ilin büdcəsində Qarabağ iqtisadi rayonu hələ də bir çox rayonlarda yerli xərcləri ödəyə bilməsə də, sabit yerli gəlirlər yaradılıb.

Cədvəl 4: Qarabağ iqtisadi rayonunun işğaldan azad edilmiş ərazilərinin 2021-ci ildə gəlir və xərcləri (min manat).

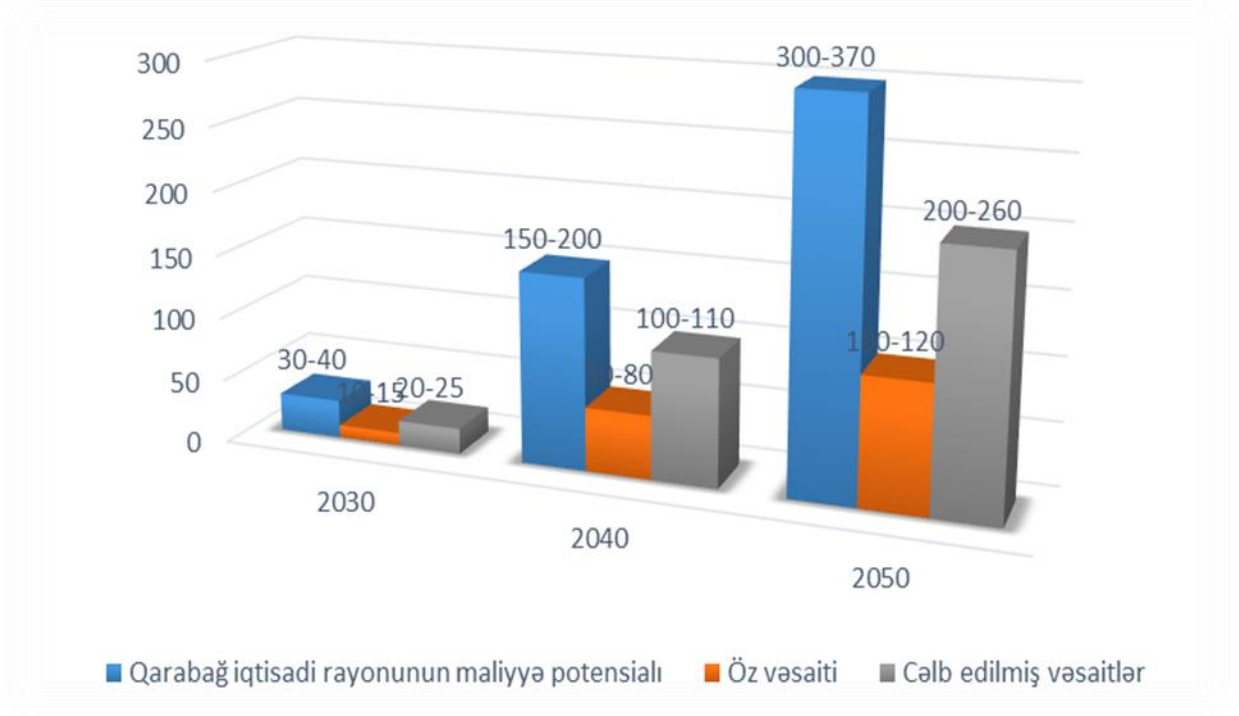
№	Rayonlar		Yerli gəlirlər	Yerli xərclər	Yerli gəlir və xərcləri tarazlaşdırmaq üçün mərkəzləşdirilmiş xərclərdən ayrılmalar
1	Ağdam		5385	10425	5075
2	Cəbrayıl		998	3669	2687
3	Füzuli		7966	10351	2402
4	Kəlbəcər		1300	4989	3693
5	Qubadlı		3147	3413	-
6	Laçın		2420	5459	3114
7	Zəngilan		1631	2855	1227

Mənbə: https://iqtisadiyyat.com/az/pages/5/news/1222 materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycanın İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzindən daxil olan məlumata görə, Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərində iqtisadi fəallıq Azərbaycanın ÜDM-ə 3 faiz, qeyri-neft ÜDM-ə isə 5,1 faiz əlavə edəcək.
Ölkədə kənd təsərrüfatı sektorunda istehsalı 10,1 faiz, mədənçıxarma sektorunda 5,2 faiz artıracaq. Bundan əlavə, emal sənayesində də 4,3 faiz, turizm sektorunda 5,5 faiz, nəqliyyat xidmətlərində 4,9 faiz, digər sahələrdə isə təxminən 1,4 faiz artım gözlənilir.
2050-ci ilədək Qarabağ iqtisadi rayonunun maliyyə potensialının ölkənin maliyyə potensialının 30-40 faizinə qədər artacağı tamamilə realdır. Qeyri-karbohidrogen ehtiyatları sektorunun dinamik inkişafı, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi prosesinin dərinləşməsi bu qənaətə gəlməyə əsas verir.
Qrafikdən göründüyü kimi, Qarabağ iqtisadi rayonunun maliyyə potensialının 2030-2050-ci illər arasında on dəfədən çox artacağı aydındır. Bu baxımdan, əsrin ortalarına qədər Qarabağ ən inkişaf etmiş regiona çevriləcəkdir.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Qrafik 1. 2030-2050-ci illərdə Qarabağın iqtisadi potensialının artım dinamikasının empirik proqnozu (mlrd. ABŞ dolları)



Mənbə: https://iqtisadiyyat.com/az/pages/5/news/1222 , materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Nəticə

Hazırda kifayət qədər böyük sayda xarici şirkətlər mövcud potensiala görə işğaldan azad edilmiş ərazilərdə müxtəlif layihələrin həyata keçirilməsində maraqlıdırlar. Azərbaycan işğaldan azad edilmiş torpaqların bərpasında dost ölkələrlə sıx əməkdaşlıq edir və bu prosesə ilk növbədə qardaş Türkiyənin şirkətləri cəlb olunub. Sonradan bu prosesə İtaliya şirkətləri də qoşulub. Ümumiyyətlə, bu günə kimi 10-dan çox ölkədən 50-dən çox xarici şirkət işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası ilə bağlı layihələrə qoşulmaq arzusunu ifadə edib.

Şübhəsiz ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası regionda iqtisadi və siyasi əməkdaşlığın daha da möhkəmlənməsinə təkan verəcək ki, bu da təkcə Azərbaycanın deyil, bütövlükdə regionun iqtisadiyyatı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərinin sənaye potensialı növbəti illərdə ölkə iqtisadiyyatına öz töhfəsini verəcəkdir. Zəngin su ehtiyatları, faydalı qazıntı ehtiyatları, elektrik enerjisi potensialı, sənaye rekreasiya imkanları işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialının əsasını təşkil edir. Bu amillər onu göstərir ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye potensialı növbəti illərdə ölkə iqtisadiyyatına öz töhfəsini verəcəkdir.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin kənd təsərrüfatının inkişafı baxımından imkanları çox böyükdür. Artıq dövlət səviyyəsində bu potensialdan səmərəli istifadə üçün ciddi tədbirlər planının icrasına başlanılıb.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ƏDƏBİYYAT

1. Huseynov N.R. “İshgaldan azad olunmush arazilarda turizm biznesinin inkishaf masalalari ve perspektivlari”. Sumqayıt Dovlet Universiteti Konfrans materiallari, Bakı, 2021
2. Aliyev U. “Qarabagda aqrar sektorun inkishafına yeni yanashma”, “UNEC Ekspert” jurnali, Bakı, 2022
3. Aliyev A. “Building Smart Cities and Villages in Azerbaijan: Challenges and Opportunities”. Bakı, 2021
4. Nadeem M., Aziz A., Rashid M.A. “Scaling the Potential of Compact City Development: The Case of Lahore”, Pakistan, London, 2021
5. http://interfax.az/view/877938
6. https://www.yeniazerbaycan.com/Iqtisadiyyat_e65621_ru.html
7. https://smb.gov.az/az/all-news/kobia-da-2021-ci-ilin-yekunlari-ile-bagli-metbuatkonfransi-kecirilib, 2022
8. https://iqtisadiyyat.com/az/pages/5/news/1222

АНАЛИЗ УЩЕРБА И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАРАБАХСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА В РЕЗУЛЬТАТЕ ОККУПАЦИИ

Умудвар Алиев[1], Шукруя Закирли[2]

[1,2]Азербайджанский Государственный Экономический Университет, [1,2]Кафедра Экономики и технологических наук,
[1]Доктор экономических наук, профессор
[2]Магистрант, zakirlishukriya6@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Карабахский экономический район является одним из 14 экономических районов Азербайджана. В его состав входят Агджабединский, агдамский, Бардинский, Физулинский, Ходжалинский, Ходжавендский, Шушинский и Тертерский административные районы и город Ханкенди. В Восточно-Зангезурский экономический район входят Джебраильский, Кельбаджарский, Лачинский, Губадлинский и Зангиланский административные районы.

Новое деление экономических районов в Азербайджане способствует экономическому прогрессу, более эффективной инвестиционной политике и гибкому региональному управлению. Их создание послужит толчком к восстановлению и развитию территорий, освобожденных от оккупации в ходе 44-дневной войны. Этот шаг можно рассматривать как единый план процветания освобожденных от оккупации территорий. Это важно и с точки зрения реинтеграции освобожденных от оккупации территорий в экономику Азербайджана, поскольку требует более эффективной работы по планированию развития экономических районов, обеспечению эффективности управления и пересмотру структуры экономики этих районов. Освобожденные от оккупации земли обладают огромным

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

туристическим, промышленным потенциалом, богатыми водными и энергетическими ресурсами, возможностями рекреационной и пищевой промышленности, а также большим минерально-сырьевым потенциалом. Освобожденные от оккупации земли обладают огромным туристическим, промышленным потенциалом, богатыми водными и энергетическими ресурсами, возможностями рекреационной и пищевой промышленности, а также большим минерально-сырьевым потенциалом. В основе планов правительства Азербайджана по реконструкции Карабахского региона лежит его превращение в центр производства энергии из возобновляемых источников.

Статья посвящена оценке социально-экономического развития и имеющегося потенциала карабахского экономического района. Изучен вклад освобожденных от оккупации территорий Азербайджанской Республики в экономику страны, оценен ущерб, нанесенный карабахскому экономическому району в результате оккупации, в том числе проведен анализ и оценка экономического потенциала карабахского экономического района.

Ключевые слова: экономический ущерб, аграрный сектор, климатические условия, компактный город, SWOT-анализ

Publication history

Article received: 27.01.2023
Article accepted: 10.02.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-368

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
382-395

CHARACTERISTICS OF TRADE RELATIONS BETWEEN AZERBAIJAN AND EUROPEAN UNION COUNTRIES AT THE MODERN STAGE

Mushfiq Guliyev[1], Yusif Yusibov[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics, [1,2] Department of Economics and Technological Sciences,
[1] Doctor of Sciences in Economics, professor,
[2] Master student, y.yusibov.18@gmail.com

ABSTRACT

The independence of Azerbaijan helped to increase its economic and foreign trade relations with neighboring countries and world countries. The measures implemented in the field of foreign trade led to the foreign trade sector becoming one of the leading sectors of the country's economy and the expansion of foreign trade relations. The development of the national economy and the private sector in the country, the influence of political and economic factors, as well as the favorable geographical environment in which the country is located, have created great opportunities for increasing and expanding foreign trade relations. the role of European Union countries has started to increase in their relations. This trend is especially noticeable after the commissioning of the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline.

The article is dedicated to the current state and trends of trade relations between Azerbaijan and the countries of the European Union. Azerbaijan is Germany's main economic and trade partner in the South Caucasus, and Germany ranks first among Western European countries to which Azerbaijan exports products. Italy is the main trade partner of Azerbaijan and the country with which it has more export relations than the countries of the European Union. The French-Azerbaijan Chamber of Commerce (CCFAz) was established for the further development of trade relations between Azerbaijan and France. Trade relations between Austria and Azerbaijan are mainly manifested in the fields of agriculture, technology and engineering. There are bilateral relations between the Republic of Azerbaijan and the Republic of Bulgaria in political, socio-economic, cultural and other spheres. The main exports from Azerbaijan to the Czech Republic are oil and oil products, and the main imports from the Czech Republic to Azerbaijan are machinery and equipment, electronic equipment, glass and chemical products. Although the economic and trade relations between Azerbaijan and the Netherlands began to form in the first years of independence, they did not develop strongly. However, in recent years, with the support of embassies, business forums and economic missions have been organized, and the Netherlands-Azerbaijani economic relations have entered a new stage. Although economic and trade relations between Belgium and Azerbaijan were initially weak, they have been developing in recent times. Azerbaijan mainly exports energy products to Belgium. Machinery and equipment, precious metals and chemical products are imported from Belgium to Azerbaijan. The main products for export: propylene, fruit juices and vegetables, nuts, kerosene and construction materials prevail in trade relations between Poland and Azerbaijan, which are European Union countries. When the structure of foreign trade changes, the content of trading partners also changes. If Azerbaijan's initial trade partners were mainly CIS countries, now this statistic has changed in favor of European Union countries.

In order to understand the trade relations between the European Union and Azerbaijan more clearly, it is necessary to look at the import, export relations and trade balance between each

country that is part of the European Union. The main products exported from the EU markets to Azerbaijan are: chemicals and related products, industrial goods and products, food products and live animals, machines and vehicles, electronic equipment. Mineral fuels, lubricants, gas and oil products, and chemical products dominate the products exported from Azerbaijan to European markets.

The current economic potential of Azerbaijan, on the one hand, creates a good basis for increasing the specific weight of finished products in exports, and on the other hand, for the organization of production that replaces imports. Attracting foreign investments to Azerbaijan plays a special role in this work. Thus, as a result of economic freedom in our country, fertile conditions created for the development of the private sector, favorable geographical position of our republic, the volume and scale of foreign trade relations are increasing. With this, stimulating conditions for the expansion of the volume of domestic production are created, as a result, the economic power of Azerbaijan increases even more. When we examine the relations between Azerbaijan and the European Union, we can see that the energy factor has a very important place in the relations between them. Thus, one of the most important strategic goals of cooperation during the creation of the Action Plan between Azerbaijan and the European Union was to strengthen regional cooperation in the field of energy and transport.

Keywords: trade turnover, export, import, statistics, energy.

AZƏRBAYCAN VƏ AVROPA İTTİFAQI ÖLKƏLƏRİ ARASINDA TİCARƏT ƏLAQƏLƏRİNİN MÜASİR MƏRHƏLƏDƏ SƏCİYYƏSİ

Müşfiq Quliyev[1], Yusif Yusibov[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2] İqtisadi və texnoloji elmlər kafedrası,
[1]İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor
[2] Magistr tələbəsi, y.yusibov.18@gmail.com

XÜLASƏ

Məqalə Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə ticarət əlaqələrinin müasir vəziyyəti və meyllərinə həsr olunmuşdur. Azərbaycan Cənubi Qafqazda Almaniyanın əsas iqtisadi-ticarət tərəfdaşıdır və Almaniya Azərbaycanın məhsul ixrac etdiyi Qərbi Avropa ölkələri arasında ilk sıralardadır. Azərbaycanın Avropa İtifaqı ölkərindən əsas ticarət partnyoru, ixrac əlaqələrinin daha çox olduğu ölkə İtaliyadır. Azərbaycanla Fransa arasında ticarət əlaqələrinin daha da inkişafı üçün Fransa-Azərbaycan Ticarət Palatası (CCFAz) yaradılmışdır. Avstriya və Azərbaycan arasında ticarət əlaqələri əsasən iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı, texnologiya, texnika sahələrində özünü göstərir. Azərbaycan Respublikası ilə Bolqarıstan Respublikası arasında siyasi, sosial-iqtisadi, mədəni və digər sferalarda ikitərəfli münasibətlər mövcuddur. Azərbaycandan Çexiyaya əsas ixrac neft və neft məhsulları, Çexiyadan Azərbaycana əsas idxal malları isə maşın və avadanlıqlar, elektron avadanlıqlar, şüşə və kimyəvi məhsullardır.

Avropa İttifaqı ilə Azərbaycan arasında olan ticarət əlaqərini daha da aydın başa düşmək üçün Avropa İtiifaqına daxil olan hər bir ölkə Azərbaycan arasında olan idxal, ixrac əlaqələrinə və ticarət balansına nəzər salmaq lazımdır. Aİ bazarlarından Azərbaycana ixrac olunan əsas

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

məhsullarda: kimyəvi maddələr və onunla əlaqədar məhsullar, sənaye malları və məmulatları, qida məhsulları və diri heyvanlar, maşın və nəqliyyat vasitələri, elektronik avadanlıqlar üstünlük təşkil edir. Azərbaycandan Avropa bazarlarına ixrac olunan məhsullarda isə mineral yanacaqlar, sürtkü yağları, qaz və neft məhsulları, kimyəvi məhsullar üstünlük təşkil edir.
Açar sözlər: ticarət dövriyyəsi, ixrac, idxal, statistika, enerji.

Giriş

Azərbaycanın müstəqillik qazanması onun həm qonşu dövlətlərlə, həm də dünya dövlətləri ilə iqtisadi və xarici ticarət əlaqələrinin artmasına kömək etdi. Xarici ticarət sahəsində həyata keçirilən tədbirlər xarici ticarət sektorunun ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsinə və xarici ticarət əlaqələrinin genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Ölkədə milli iqtisadiyyat və özəl sektorun inkişafı, siyasi və iqtisadi amillərin təsiri, həmçinin ölkənin yerləşdiyi əlverişli coğrafi mühit xarici ticarət əlaqələrinin imkanlarının artırılmasına və genişlənməsinə böyük imkanlar yaratmışdır. Son illər, xüsusən də xarici neft şirkətlərinin Azərbaycanın neft sektoruna böyük həcmdə investisiya yatırmasından sonra ölkənin xarici ticarət əlaqələrində Avropa İttifaqı ölkələrinin rolu artmağa başlayıb. Bu tendensiya xüsusilə Bakı-Tbilisi-Ceyhan boru kəməri istismara verilməndən sonra nəzərə çarpır.

Məqsəd

Məqalənin məqsədi Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi, Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə ixrac göstəriciləri, Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə idxal göstəriciləri, Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə ticarət dövriyyəsi göstəriciləri, Azərbaycanın daha çox neft və qaz ixrac etdiyi Aİ ölkələri haqqında məlumat verməkdir.

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Hazırda Azərbaycan Cənubi Qafqaz ölkələri arasında ticarət dövriyyəsinə görə Aİ-nin ən böyük tərəfdaşıdır. Bunu nəzərə alaraq, Aİ Azərbaycanda özəl sektorun inkişafında, sahibkarlıq üçün şəraitin yaradılmasında, bu sahədə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsində və s. məsələlərdə çox maraqlıdır və bu istiqamətdə texniki yardım etməkdədir.Hazırkı dövrdə Azərbaycanda istehsal olunan məhsulların sayı dünya bazarında artmaqdadır və bu malları alan ölkələrin sayı da eyni mütənasibliklə artmaqda davam edir.

Metodlar

Məqalədə Aİ-nin Azərbaycanla ticarət əlaqələrinin inkişaf amillilərinə və təhlilinə həsr olunmuşdur. Bu hissədə Azərbaycanla Avropa İttifaqı ölkələri arasındakı ticarət əlaqələrinin xüsusilə statistik ixrac, idxal və ticarət dövriyyəsi göstəriləri təhlil olunmuşdur. Məhz buna görə də tədqiqatın yazılmasında analiz, sintez, ən əsası müqayisə və statistik təhlil metodları tədbiq olunmuşdur.

AB-Azərbaycan ticarət əlaqələri 1999-cu ildən qüvvədə olan Tərəfdaşlıq və Əməkdaşlıq Sazişinə əsaslanır. AB Azərbaycanın əsas ticarət tərəfdaşıdır və Azərbaycanın ümumi ticarətinin təxminən 36,7%-ni təşkil edir. AB Azərbaycanın ən böyük ixrac və ikinci ən böyük idxal bazarı olmaqda davam edir. Belə ki, Azərbaycanın ixracatında 51% pay, Azərbaycan idxalında isə 16% paya sahib olub (Bakı-Brussel Azerbaycan-Avropa İttifaqı munasibetleri, 2011, 464 s.)

Xarici ticarətin strukturu dəyişdikdə ticarət tərəfdaşlarının məzmunu da dəyişir. Azərbaycanın ilkin ticarət tərəfdaşları əsasən MDB ölkələri olduğu təqdirdə indi ki bu statistika Avropa İttifaqı

ölkələrinin xeyrinə dəyişib. Bunu daha açıq şəkildə aşağıdakı ticarət dövriyyəsi ilə bağlı cədvəldə görə bilərik:

Cədvəl 1. Azərbyacanın xarici ticarət dövriyyəsi (min ABŞ dolları ilə):

		2017	2018	2019	2020	2021
1	Avropa İttifaqı ölkələri	10,402,757.5	12,389,937.5	12 224769.1	8 880 453.5	15 201091.8
2	MDB ölkəri	3 525038.9	3 999455.1	4 610977.9	4 107 590.2	4 717641.7

Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dövlet Statistika Komitesi-https://stat.gov.az/

Yuxarıdakı cədvəldən də göründüyü kimi 2017-2021-ci illər ərzində ümumi idxal və ixrac dəyərinin cəmi yəni ticarət dövriyyəsi MDB ölkələri ilə müqayisədə Avropa İtifaqı ölkəri ilə daha çox olmuşdur.2020-ci ildə həm MDB həm də Avropa İttifaqı ölkələri ilə ticarət əlaqəsi göstəricilərinin aşağı olmasının əsas səbəbi isə COVID-19 pandemiyasının təsirinin nəticəliridir.
İlk öncə Azərbaycanla Avropa İttifaqına daxil olan 27 ölkə arasındakı 2017-2021-ci illərdəki ixrac əlaqələrinin hər birinə ayrı ayrılıqda baxaq:

Cədvəl 2. Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə 2017-2021-ci illər üzrə ixrac göstəriciləri (min ABŞ dolları).

Ölkələr	2017	2018	2019	2020	2021
Almaniya	450,462.0	787,795.4	931,617.5	234,109.3	650,259.0
Avstriya	137,552.9	329,754.9	185,734.9	127,581.4	139,994.9
Belçika	13,258.2	9,204.2	6,535.5	1,174.2	33,156.5
Bolqarıstan	153.3	39,475.6	79,696.7	553.4	54,041.8
Çexiya	556,854.9	938,383.7	647,451.2	229,679.0	263,788.9
Danimarka	1,006.2	839.8	999.2	49,789.9	999.9
Estoniya	700.0	1,314.5	2,594.7	1,593.3	1,796.7
Finlandiya	748.4	617.3	398.0	223.1	376.7
Fransa	459,978.6	441,590.8	536,639.3	110,662.5	64,595.2
Xorvatiya	212,927.5	245,844.0	436,550.4	470,818.9	751,278.7
İrlandiya	5.5	10,015.9	39.9	142.8	41,756.0
İspaniya	384,222.1	396,368.1	704,459.8	329,270.3	564,436.2
İsveç	437.0	828.8	467.7	968.2	5,691.5
İtaliya	5,352,488.5	5,879,774.0	5,638,641.8	4,172,267.9	9,243,521.4
Kipr	40,486.0	833.2	13,362.9	2,821.2	5,659.2
Latviya	2,028.1	2,510.9	855.4	873.8	9,878.8
Litva	2,304.5	1,956.2	2,125.3	2,366.3	13,904.1
Lüksemburq	15,552.9	43,858.1	17,608.4	22,649.4	26,902.0

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Macarıstan	1,982.1	1,463.7	670.3	1,071.7	1,793.2
Malta	36,886.6	69,721.4	12,493.0	9,616.7	16,581.9
Niderland	86,670.1	77,982.8	68,000.4	7,928.0	39,690.3
Polşa	8,706.5	7,894.8	3,875.5	4,766.1	5,457.2
Portuqaliya	501,617.8	528,717.6	353,914.9	239,779.1	587,440.3
Rumıniya	267,229.9	338,160.8	139,189.5	101,475.7	120,591.5
Slovakiya	89.9	47.2	420.9	44.3	1,143.3
Sloveniya	5,274.4	8,332.4	26.0	-	4,271.7
Yunanıstan	159,548.2	161,147.1	242,758.0	523,303.2	415,415.9

Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dövlet Statistika Komitesi-https://stat.gov.az/

Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri üzrə ixrac etdiyi mühüm növ məhsul növlərinə nəzər salsaq: İtaliya, Almaniyaya - təzə meyvə; Estoniya, Litva, Polşa, Finlandiyaya - meyvə və tərəvəz şirələri; İtaliya, Xorvatiya, İspaniya, Almaniya, Portuqaliyaya - xam neft; Almaniya, Malta, Rumıniyaya - reaktiv mühərriklər üçün kerosin yanacağı; İtaliyaya - maye yanacaq və təbii qaz - və s. məhsullar ixrac olunmuşdur. Daha ətraflı bunu Cədvəl 3-ə əsasən görə bilərik:

Cədvəl 3. Avropa İttifaqı ölkələrinə daha çox ixrac edilən məhsullar (ölkələr üzrə).

Mallar	Ölkələr
Təzə meyvə	İtaliya
Meyvə və tərəvəz şirələri	Estoniya Polşa Almaniya Litva Finlandiya
Təbii üzüm şərabları və üzüm suslosu	Bolqarıstan
Bentonit gili	Polşa
Xam neft	İtaliya,Xorvatiya,İspaniya,Almaniya,Portuqaliya,
Reaktiv mühərriklər üçün kerosin yanacağı	Lüksemburq Almaniya Rumıniya
Maye yanacaq	İtaliya
Sürtkü yağları	Niderland
Təbii qaz	İtaliya
Atsiklik spirtlər və onların törəmələri	Niderland,İtaliya,Rumıniya,Sloveniya,İspaniya
Etilen polimerləri, ilkin formada	Litva

Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dövlet Statistika Komitesi - https://stat.gov.az/

Azərbaycanın Avropa İtifaqı ölkərindən əsas ticarət partnyoru, ixrac əlaqələrinin daha çox olduğu ölkə İtaliya ilə olduğunu görürük. İtaliya Azərbaycanın birinci ticarət və ixracat tərəfdaşıdır. Təkcə 2019-cu ildə iki ölkə arasında ticarət dövriyyəsinin həcmi 6 milyard ABŞ dolları təşkil edib.2021-ci ildə isə bu göstərici 9 milyard ABŞ dolların da daha yuxarı olub.2020-ci ildə bu göstərici bir qədər aşağı olub ki, bunun da başlıca səbəblərindən COVID-19 pandemiyasının təsirləri olub.Beləliklə elə buna görə də İtaliyanın Cənubi Qafqaz ölkələri ilə ticarətinin 92 faizi Azərbaycanın payına düşür.
Bundan əlavə həmçinin İtaliya Cənub Qaz dəhlizi layihəsinin də iştirakçısıdır. Bu layihənin əsas tərkib hissələrindən biri də TAP layihəsidir.“Trans-Adriatik Boru Kəməri” (TAP) Azərbaycanın “Şahdəniz” qaz yatağının (Şahdəniz II) ikinci fazasında hasil edilən qazın Yunanıstandan

Albaniya vasitəsilə İtaliyaya və daha sonra digər Avropa bazarlarına çıxarılmasını nəzərdə tutan böyük infrastruktur layihəsidir. 2020-ci ilin dekabrın 31-də Azərbaycan kommersiya qazının TAP vasitəsilə Avropaya tədarükünə başlanılıb. 2021-ci ildə 8,2 milyard m^3, 2022-ci ildə 11,4 milyard m^3 təbii qaz Azərbaycandan Trans-Adriatik Boru Kəməri (TAP) ilə Avropaya daxil olub.Bunun isə 9 milyarda yaxın bir hissəsi İtaliyaya ixrac olunur (Azerbaycan Respublikası Energetika Nazirliyi - https://minenergy.gov.az/).

İki ölkənin xarici ticarət dövriyyəsinin məhsul əsaslı strukturunda İtaliyaya xam neft və neft məhsullarının ixracı üstünlük təşkil edir. İdxalın strukturuna isə maşınqayırma məhsulları, xüsusi mexaniki qurğular və dəzgahlar, ehtiyat hissələri, həmçinin dərman vasitələri, transformatorlar, tikinti materialları, mebel, qida və trikotaj məmulatları daxildir. Təkcə 2021-ci ildə İtaliyadan idxal olunan məhsulların dəyəri 419,657 min ABŞ dolları təşkil edib (Azerbaycan Respublikası Xarici İshler Nazirliyi - https://mfa.gov.az/).

Ticarət əlaqələrinin daha da inkişafı üçün Fransa-Azərbaycan Ticarət Palatası (CCFAz) təsis edilmişdir. Palatanın məqsədi Azərbaycan və Fransa arasında iqtisadi, sənaye və maliyyə əlaqələrini genişləndirmək və eləcə də, fransız şirkətlərinin Azərbaycan ilə bağlı layihələrini dəstəkləməkdir. Bu gün Fransa şirkətlərinin bir çoxu, enerji sektorunda çalışanlar daxil, palatanın üzvləridir. Əvvəllər CCFAz fransız şirkətlərinin Azərbaycana investisiya qoyması ilə bağlı fəaliyyət göstərirdisə, artıq palata Azərbaycan şirkətlərinin xaricdə investisiya qoyması sahəsində də çalışır (Interview with Mr. Erdavan Amir-Aslani, President of the French-Azerbaijan Chamber of Commerce, Paris, La Lettre Diplomatique, 2011).

Fransa iqtisadiyyatı dünyanın və Aİ-nın inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarından biridir. Son zamanlarda Fransa şirkətlərinin Azərbaycanın qeyri-enerji sahəsində iştirakında artma müşahidə olunur. Bank, informasiya texnologiyaları, telekommunikasiya, elektrik və tikinti sahələrində "Systra", "Arianespace", "Airbus", "Thales", "Alstom" və digər fransız şirkətləri layihələr həyata keçirilir. "Systra" şirkəti 2009-cü ildə Azərbaycan tərəfi ilə Bakı metropoliteninin genişlənməsi layihəsi üçün 5.85 milyon avro dəyərində müqavilə imzalamışdır. 2010-cu ildə Azərbaycan "Arianespace" şirkəti ilə ilk kosmik peykinin buraxılmasını nəzərdə tutan 93 milyon dollar dəyərində müqavilə imzalamışdır (Feyziyeva G., 2018, s.59).

Azərbaycanın Fransadan idxal etdiyi məhsullar sırasında qatarlar, dəmir yolu və metro avadanlıqları, efir yağları, ətir və kosmetik vasitələr, dərman preparatları, nüvə reaktorları, elektrik avadanlıqları, avtomobil, mebel, işıqlandırma məhsulları və s. var.Azərbaycanın Fransaya ixracında isə daha çox neft məhsulları üstünlük təşkil edir.Cədvəl 2-yə əsasən təkcə 2021-ci ilin göstəricisinə nəzər salsaq bu göstərici 64,595.2 min ABŞ dolları təşkil etmişdir. Lakin 2021-ci ildə Fransadan idxal olunan məhsulların dəyərinə nəzər salsaq bu göstəricinin 180,868.6 min ABŞ dolları dəyərində olduğunu görərik (Azerbaycan Respublikası Xarici İshler Nazirliyi - https://mfa.gov.az/).

Avstriya və Azərbaycan arasında ticarət əlaqələri əsasən iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı, texnologiya, texnika sahələrini əhatə edir. Azərbaycanda Avstriyanın "Strabag", "Waagner Biro", "Swiss Town Consult/ILF Consulting", "Doppelmayr Seilbahnen" GmbH, "Coop Hemilbau", "Hoffmann- Janz ZT" GmbH, "BHS International", "Atelier Erich Pummer" GmbH kimi şirkətləri müxtəlif layihələr həyata keçirirlər. "Swiss Town Consult/ILF Consulting" və "Doppelmayr Seilbahnen" GmbH şirkətləri "Şahdağ" Dağ Xizək Kurortunun inşası layihəsini həyata keçirmişdir. "Atelier Erich Pummer" GmbH isə Qız Qalasının bərpa işlərini aparmışdır. Avstriyanın bir digər şirkəti "BHS International" Xalça Muzeyinin texniki təchizatını təmin etmişdir. 2009-cu ildə isə Avstriya və Azərbaycan arasında iqtisadi əlaqələri gücləndirmək üçün

Avstriya-Azərbaycan Ticarət Palatası (ATAZ) təsis edilmişdir (Avstriyanın Azerbaycandakı sefirliyinin resmi saytı - https://www.bmeia.gv.at/).
Azərbaycanın Avstriyadan idxal etdiyi əsas məhsullar: xüsusi nəqliyyat vasitələri, dəmir və ya polad qalaylar, dərman vasitələri, o cümlədən baytarlıq preparatları, toxuculuq və dəri sənayesi, eləcə də qida məhsullarının və yem məhsullarının emalı üçün avadanlıqlardır.2021-ci ilin göstəricilərinə nəzər salsaq Avstriyadan idxal etdiyimiz məhsulların dəyəri 80,621.9 min ABŞ dolları olmuşdur (Azərbaycan Respublikası Xarici İshler Nazirliyi - https://mfa.gov.az/).
Azərbaycanın Avstriyaya ixrac etdiyi əsas məhsullar isə: neft məhsulları, xam pambıq, təzə və qurudulmuş meyvə-tərəvəz, paslı metal məmulatlarıdır.Cədvəl 2-yə əsasən deyə bilərik ki,təkcə 2021-ci ildə Avstriyaya ixrac etdiyimiz məhsulların dəyəri 139,994.9 min ABŞ dolları olmuşdur.
Almaniya-Azərbaycan münasibətlərində iqtisadi əməkdaşlıq dinamik inkişaf edən sahələrdəndir. İki ölkə arasında iqtisadi münasibətlərdə özəl sektorun və bazar iqtisadiyyatının dəstəklənməsi ön plandadır. 2012-ci ilin noyabrında Bakıda Alman-Azərbaycan Xarici Ticarət Palatası açılmışdır. Alman-Azərbaycan Xarici Ticarət Palatasının 130-dan çox üzvü var və palata Almaniyada fəaliyyət göstərən Azərbaycan şirkətlərinin və həmçinin də, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən Alman şirkətlərinin maraqlarının təmsil edir. Azərbaycanda və Almaniyada palatanın üzvü olan təşkilatlara siyasi-iqtisadi vəziyyət, iqtisadiyyat, idxal-ixrac qaydaları, vergi və gömrük sistemi, hüquqşünaslıq, tərcüməçilik sahələri haqqında pulsuz xidmətlər təklif edir (Almaniyanın Azerbaycandakı sefirliyinin resmi saytı - https://baku.diplo.de/az-az)
İki ölkə arasındakı ticarət əlaqələrində Azərbaycandan Almaniyaya ixrac olunan əsas mallara neft məhsulları, xam pambıq, konservlər, fındıq və s. aiddir.2021-ci il üçün ixrac göstəricilərinə əsasən Almaniyaya 650,259.0 min ABŞ dolları dəyərində məhsul ixrac olunmuşdur. Azərbaycan isə Almaniyadan əsasən nəqliyyat vasitələri və ehtiyat hissələri, ağır sənaye məhsulları, tibbi avadanlıqlar idxal edilir. Eynilə uyğun olaraq 2021-ci il üçün Almaniyadan 634,395.8 min ABŞ dolları dəyərində məhsul idxal olunmuşdur.
Belçika və Azərbaycan arasında iqtisadi və ticari münasibətlər ilkin vaxtlarda zəif olsa da, son dövrlərdə inkişafa doğru gedir. Azərbaycan Belçikaya əsasən enerji məhsulları ixrac edir. Belçikadan isə Azərbaycana maşın və avadanlıq, qiymətli metallar və kimyəvi məhsulları idxal edilir. 2021-ci il üçün idxal və ixrac göstəricilərinə baxsaq Azərbaycandan Belçikaya 33,156.5 min ABŞ dolları dəyərində məhsul ixrac olunmuşdur. Eyni il üçün idxal göstəricisi isə 58,343.2 min ABŞ dolları təşkil etmişdir.
Hal-hazırda Belçikanın tikinti, bərpa olunan enerji, sağlamlıq, nəqliyyat, rabitə, daşıma, kənd təsərrüfatı və digər sahələrdə çalışan bir sıra şirkətləri Azərbaycanda fəaliyyət göstərir. Belçika şirkətlərindən biri olan “BESIX” Azərbaycanda tikinti sənayesində yaxından iştirak edir. Azərbaycan Dövlət Neft Fondunun (SOFAZ) qərargahının tikintisini “BESIX” həyata keçirmişdir. Bərpa olunan enerji sahəsində çalışan Belçikanın “Soltech” şirkəti Naxçıvanda Günəş Elektrik Stansiyası tikmişdir. 2015-ci ilin dekabrında istifadəyə verilən stansiya Azərbaycanda alternativ enerji istehsalının artmasına kömək edəcəkdir. Texnologiya və nəqliyyat sektorunda Avropanın əsas mərkəzi olan Belçika Azərbaycanın regionun nəqliyyat mərkəzinə çevrilmə istəyini dəstəkləyir. Texnologiya və nəqliyyat sektorunda Avropanın əsas mərkəzi olan Belçika Azərbaycanın regionun nəqliyyat mərkəzinə çevrilmə istəyini dəstəkləyir.Beləki Bakı Beynəlxalq Dəniz Limanının tikintisi Belçikanın və eləcə də, dünyanın aparıcı limanlarından biri olan Antverpin təcrübəsi əsasında aparılırdı. Beləliklə də hər iki ölkə iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsində maraqlıdır (Eliyeva R., 2017, s.47)

Azərbaycan və Niderland arasındakı iqtisadi və ticarət əlaqələri müstəqilliyin ilk illərindən formalaşmağa başlasa da, güclü inkişaf etməmişdir. Lakin son illərdə səfirliklərin dəstəyi ilə biznes forumlar, iqtisadi missiyalar təşkil olunmuş və Niderland-Azərbaycan iqtisadi əlaqələri yeni mərhələyə keçid etmişdir.Azərbaycan Niderlanddan əsasən maşın və kimyəvi məhsullar idxal edir. 2021-ci ildə Azərbaycandan Niderlanda 39,690.3 min ABŞ dolları dəyərində məhsul ixrac, Niderlandan Azərbaycana isə 87,732.3 min ABŞ dolları dəyərində məhsul idxal olunmuşdur.

Azərbaycan Respublikası ilə Bolqarıstan Respublikası arasında siyasi, sosial-iqtisadi, mədəni və digər sferalarda ikitərəfli münasibətlər mövcuddur. Malların daşınması və tranziti, turizm, farfor, kənd təsərrüfatı, elm və yüksək texnologiyalar, təhsil, hərbi texnika və s. kimi sahələrdə əməkdaşlıq həyata keçirilir.Azərbaycan və Bolqarıstan arasında ikitərəfli əməkdaşlıqda əsas fəaliyyət sahəsi enerji sektorudur. 2019-cu ildə iki ölkə arasında ticarət dövriyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə artmışdı və hazırda son 4 ilin ən yüksək göstəricisidir.2021-ci ildə isə bu göstərici bir qədər az 72,694.6 min ABŞ dolları dəyərində olmuşdur (Azerbaycan Respublikası Xarici İshler Nazirliyi - https://mfa.gov.az/).

Azərbaycandan Bolqarıstana ixrac edilən mallar əsasən: kənd təsərrüfatı məhsulları, xam neft, kerosin, maye qazdır.İxrac göstəricisi 2021-ci il üçün 54,041.8 min ABŞ dolları dəyərində olmuşdur. Bolqarıstandan Azərbaycana idxal olunan mallar isə: kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları, şirniyyatlar, avtomobil benzini, dərman vasitələri, kosmetika, tütün xammalı və siqaret (prokat) kağızı, pambıq məmulatları, qara metal məmulatları, avadanlıqlardır.İdxal göstərici isə 2021-ci il üçün 18,652.8 min ABŞ dolları dəyərində olmuşdur.

Çexiyanın Cənubi Qafqaz ölkələri ilə ticarət dövriyyəsinin 85 faizi Azərbaycanın payına düşür. Çexiyanın neft məhsullarına tələbatının təxminən 30%-i Azərbaycan nefti hesabına ödənilir.Azərbaycandan Çexiyaya əsas ixrac neft və neft məhsullarıdır və bu göstərici təkcə 2021-ci il üçün 263,788.9 min ABŞ dolları dəyərində olmuşdur. Çexiyadan Azərbaycana əsas idxal malları isə maşın və avadanlıqlar, elektron avadanlıqlar, şüşə və kimyəvi məhsullardır.Eynilə 2021-ci il üçün idxal göstəricisi 43,663.9 min ABŞ dolları dəyərində olmuşdur.Buradan da göründüyü kimi Çexiya ilə ticarət əlaqələrində ixrac idxalı üstələdiyi üçün ticarət balansımız müsbət saldoya malikdir.Bundan əlavə hazırda Azərbaycanda xidmət, rabitə, ticarət, tikinti, infrastruktur və nəqliyyat sahələrində çex kapitalı ilə 25 şirkət fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanla Avropa İttifaqı ölkələri arasındakı ticarət əlaqələrini daha aydın görmək üçün onlar arasında olan idxal və ticarət dövriyyəsi göstəricilərinin hər birinə ayrı-ayrılıqda nəzər salaq:

Cədvəl 4. Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə 2017-2021-ci illər üzrə idxal göstəriciləri (min ABŞ dolları).

Ölkələr	2017	2018	2019	2020	2021
Almaniya	443,721.0	659,938.8	709,887.2	583,513.1	634,395.8
Avstriya	62,364.8	66,829.8	82,398.2	65,418.4	80,621.9
Belçika	62,032.3	56,212.0	70,978.2	48,406.4	58,343.2
Bolqarıstan	37,274.7	26,409.0	14,195.9	16,358.3	18,652.8
Çexiya	107,652.1	107,418.7	55,657.2	46,188.9	43,663.9
Danimarka	22,482.1	25,362.1	35,188.0	24,363.7	23,093.0
Estoniya	2,526.6	3,740.1	2,141.8	3,250.2	4,334.6
Finlandiya	18,420.8	29,331.9	54,524.4	25,425.5	25,500.4

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Fransa	154,840.1	183,450.2	250,727.3	448,192.7	180,868.6
Xorvatiya	1,434.3	1,928.3	2,657.7	2,417.2	3,376.3
İrlandiya	10,843.6	19,702.8	15,493.2	18,226.5	20,111.0
İspaniya	61,005.2	83,025.5	67,377.5	98,090.1	81,379.3
İsveç	28,508.9	30,114.3	32,466.4	37,477.6	71,406.8
İtaliya	318,801.9	340,093.8	369,930.8	396,514.8	419,657.0
Kipr	808.3	809.9	1,868.5	2,786.9	5,685.1
Latviya	13,033.3	19,875.6	11,802.2	11,799.5	17,308.9
Litva	23,885.9	20,106.1	19,516.7	22,075.5	28,124.3
Lüksemburq	3,772.6	3,839.2	5,327.7	3,490.3	3,438.8
Macarıstan	41,346.4	65,942.5	35,027.2	37,737.5	33,368.3
Malta	108.9	107.2	159.4	185.2	273.7
Niderland	87,957.5	103,857.9	137,248.3	96,080.9	87,732.3
Polşa	69,110.3	96,102.2	91,629.6	109,152.3	105,575.3
Portuqaliya	10,777.3	15,510.9	14,529.5	12,339.1	16,566.2
Rumıniya	68,124.4	50,808.1	57,449.3	62,633.7	94,944.0
Slovakiya	23,028.8	30,121.5	28,434.5	28,431.1	38,209.6
Sloveniya	17,587.5	15,375.5	17,122.7	20,705.9	19,692.9
Yunanıstan	12,135.8	9,490.4	13,902.6	13,662.5	20,345.0

Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesi - https://stat.gov.az/

Mühüm növ yeyinti məhsullarının xarici ölkələrdən Azərbaycana ixracına nəzər salsaq əsasən Avropa İttifaqı ölkələri arasından Azərbaycan: Niderland və Lüksemburqdan - iribuynuzlu heyvan əti; Portuqaliya, Belçika, İspaniya, Almaniyadan - quş əti və onun məhsulları; Finlandiya, Fransa, Polşadan - kərə yağı, digər süd yağları və pastaları; İspaniya, İtaliyadan - bitki yağları; Almaniya, Belçika, İtaliya, Polşadan - şokolad və şokolad məhsulları; İtaliya və Fransadan - un və un məmulatları; Avstriya və Macarıstandan - mineral və qazlı sular; İtaliya, Fransa, İspaniya, Almaniya, Avstriya, Portuqaliyadan - təbii üzüm şərabları və üzüm suslosu- və s. məhsullar idxal etmişdir. Bunu daha ətraflı Cədvəl 5-ə əsasən görə bilərik:

Cədvəl 5.Avropa İttifaqı ölkələrindən Azərbaycanın idxal etdiyi məhsullar (ölkələr üzrə).

Mallar	Ölkələr
Diri iribuynuzlu heyvanlar, ev quşları	Almaniya, Avstriya, Fransa, Niderland, Belçika
İribuynuzlu heyvan əti, quş əti və onun əlavə məhsulları	Almaniya, Bolqarıstan, Belçika, Polşa, İspaniya, Fransa
Süd və qaymaq, Kərə yağı, digər süd yağları və pastaları, Pendir və kəsmik	Polşa, Fransa, Niderland, Finlandiya, Almaniya, Belçika, Litva
Təzə meyvə-tərəvəz	Niderland, Belçika, İtaliya
Buğda unu, çörək, unlu qənnadı məmulatları	Fransa, Almaniya, Bolqarısatan, Polşa, İtaliya, Almaniya, Fransa
Bitki yağları	İspaniya, İtaliya, Yunanıstan
Şokolad və şokolad məhsulları	Polşa, İtaliya, Almaniya

Mineral və qazlı sular	Macarıstan, Avstriya, Almaniya
Təbii üzüm şərabları və üzüm suslosu	İtaliya, Fransa, İspaniya
Tütün	İtaliya
Dərman vasitələri	Rumıniya, Almaniya, Fransa, İtaliya, Polşa, Sloveniya, İspaniya, Bolqarıstan, Macarıstan, Niderland, Belçika, Yunanıstan, Avstriya, Danimarka, Portuqaliya, Kipr
Sürtkü yağları	Almaniya, Belçika, Litva, İtaliya, Niderland, Latviya, Polşa, Fransa
Sintetik yuyucu maddələr	Almaniya, Çexiya, Polşa, Fransa
Plastik kütlədən borular, şlanqlar və rezin şinlər	İtaliya, Almaniya
Ayaqqabı	Niderland, Belçika, İtaliya
Qara metallardan mətbəx peçləri və cihazları	İtaliya, İspaniya, Polşa, Sloveniya
Buldozerlər, ekskavatorlar, digər yol-tikinti maşınları, traktorlar	Almaniya, İtaliya, Niderland, Fransa
Elektrik transformatorları və akkumulyatorları	Almaniya, İspaniya, Çexiya, Bolqarıstan
Ağacdan ofis, mətbəx, yataq mebelləri, digər mebellər	İtaliya, Danimarka, Fransa, Almaniya

Azərbaycanın idxal etdiyi sənayə məhsullarına isə nəzər salsaq: Almaniya, Belçika, İtaliya, Fransa, Niderland, Litvadan - sürtkü yağları; Almaniya, Fransadan, İtaliya, Polşa, Sloveniyadan – dərman vasitələri; Slovakiya, Belçika, Çexiya, İtaliyadan - mineral gübrələr, Almaniya, Polşa, İtaliya, Niderlanddan - sintetik yuyucu maddələr; İtaliya, Yunanıstan, Almaniyadan - plastik kütlədən borular, şlanqlar və onların fitinqləri; Almaniya, Çexiyadan - rezin şinlər; Almaniya, Avstriyadan - polad prokatı; Almaniyadan - buldozerlər, ekskavatorlar, digər yol - tikinti maşınları; Polşa, Çexiya, Almaniyadan - hesablama maşınları, blok və qurğuları; Almaniya, İtaliyadan - yük və xüsusi təyinatlı avtomobillər və s. kimi məhsullar üstünlük təşkil etmişdir.

Cədvəl 6. Azərbaycanın Avropa İttifaqı ölkələri ilə 2017-2021-ci illər üzrə ticarət dövriyyəsi göstəriciləri (min ABŞ dolları).

Ölkələr	2017	2018	2019	2020	2021
Almaniya	894,183.0	1,447,734.2	1,641,504.7	817,622.4	1,284,654.8
Avstriya	199,917.7	396,584.7	268,133.1	192,999.8	220,616.8
Belçika	75,290.5	65,416.2	77,513.7	49,580.6	91,499.7
Bolqarıstan	37,428.0	65,884.6	93,892.6	16,911.7	72,694.6
Çexiya	664,507.0	1,045,802.4	703,108.4	275,867.9	307,452.8
Danimarka	23,488.3	26,201.9	36,187.2	74,153.6	24,092.9
Estoniya	3,226.6	5,054.6	4,736.5	4,843.5	6,131.3
Finlandiya	19,169.2	29,949.2	54,922.4	25,648.6	25,877.1
Fransa	614,818.7	625,041.0	787,366.6	558,855.2	245,463.8
Xorvatiya	214,361.8	247,772.3	439,208.1	473,236.1	754,655.0
İrlandiya	10,849.1	29,718.7	15,533.1	18,369.3	61,867.0
İspaniya	445,227.3	479,393.6	771,837.3	427,360.4	645,815.5
İsveç	28,945.9	30,943.1	32,934.1	38,445.8	77,098.3

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

İtaliya	5,671,290.4	6,219,867.8	6,008,572.6	4,568,782.7	9,663,178.4
Kipr	41,294.3	1,643.1	15,231.4	5,608.1	11,344.3
Latviya	15,061.4	22,386.5	12,657.6	12,673.3	27,187.7
Litva	26,190.4	22,062.3	21,642.0	24,441.8	42,028.4
Lüksemburq	19,325.5	47,697.3	22,936.1	26,139.7	30,340.8
Macarıstan	43,328.5	67,406.2	35,697.5	38,809.2	35,161.5
Malta	36,995.5	69,828.6	12,652.4	9,801.9	16,855.6
Niderland	174,627.6	181,840.7	205,248.7	104,008.9	127,422.6
Polşa	77,816.8	103,997.0	95,505.1	113,918.4	111,032.5
Portuqaliya	512,395.1	544,228.5	368,444.4	252,118.2	604,006.5
Rumıniya	335,354.3	388,968.9	196,638.8	164,109.4	215,535.5
Slovakiya	23,118.7	30,168.7	28,855.4	28,475.4	39,352.9
Sloveniya	22,861.9	23,707.9	17,148.7	20,705.9	23,964.6
Yunanıstan	171,684.0	170,637.5	256,660.6	536,965.7	435,760.9

Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesi - https://stat.gov.az/

Yuxarıdakı hər iki cədvələ əsasən təhlillər aparsaq görərik ki,ən yüksək ticarət dövriyyəsi göstəricisi İtaliya ilə Azərbaycan arasında olan göstəricidir.Bu göstərici 2021-ci il üçün 9,663,178.4 min ABŞ dolları həcmində olmuşdur. Belə ki, bunun da əsas səbəbi İtaliya ilə Azərbaycan arasında olan ixrac əlaqələrinin yüksək olmasıdır ki, bu da birbaşa TAP layihəsi ilə əlaqədardır.

Avropa İttifaqı ölkələri arasında ən yüksək idxal əlaqələrimizin olduğu ölkə əsasən Almaniyadır. Azərbaycan Almaniyadan əsasən nəqliyyat vasitələri və ehtiyat hissələri, ağır sənaye məhsulları,elektron və tibbi avadanlıqlar idxal edilir.

Avropa İttifaqı ölkələrdindən olan Polşa ilə Azərbaycan arasındakı ticarət əlaqələrində ixrac üçün əsas məhsullar: propilen, meyvə şirələri və tərəvəzlər, fındıq, kerosin və tikinti materialları üstünlük təşkil edir. İdxal üçün əsas üstünlük təşkil edən məhsullar isə: dizel mühərrikləri, dərmanlar, qənnadı məmulatları, gigiyena məhsulları, eləcə də sənaye və tikinti avadanlıqları. 2021-ci il üçün olan ixrac və idxal göstəricilərinə cədvəl 3 və cədvəl 4-ə əsasən nəzər salsaq bu göstəricilərin uyğun olaraq 5,457.2 və 105,575.3 min ABŞ dollarıdır. Polşa ilə olan ticarət əlaqələrində idxal ixracdan çox olduğu üçün bu ticarət balansının mənfi saldo olması ilə nəticələnir.

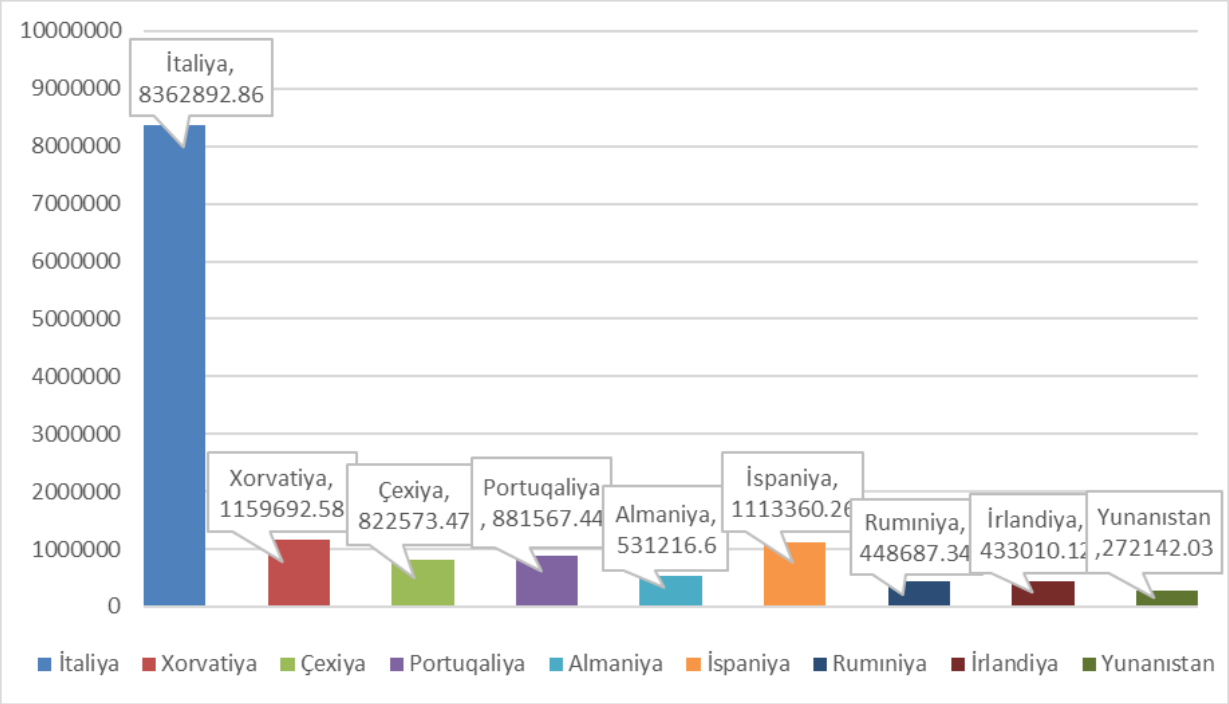
Avropa İttifaqı və Azərbaycan arasında 2006-cı ildə enerji sektorunda strateji tərəfdaşlıq haqqında Anlaşma Memorandumu imzalanıb ki, bu da enerji sektorunda əlaqələrin inkişafında ilk addımlardan olub. Xəzər hövzəsində Azərbaycan Aİ-nin enerji tələbatının ödənilməsində və enerji təhlükəsizliyinin təmin edilməsində ən mühüm strateji mövqeyə malik ölkələrdən biridir. Demək olar ki, Azərbaycan Xəzərdə neft və təbii qaz ehtiyatlarının hasilatı və Avropaya ixracı ilə bağlı ən yaxşı mövqeyə və siyasi əlaqələrə malik olan Aİ üçün əsas dövlətdir (Hesenov E., 2005, s.35).

Azərbaycan Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır, ölkəmiz Bakı-Tbilisi-Ceyhan layihəsi üzrə Aİ ilə əməkdaşlıq edir. Həmçinin “Cənub Qaz Dəhlizi” layihəsi də enerji sahəsində strateji əməkdaşlığın uğurlu nümunələrindən biridir.Təkcə 2022-ci il üçün

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Azərbaycanın Avropa İtiifaqı ölkələrindən daha çox neft və qaz ixrac etdiyi ölkələrin siyahısına nəzər salaq:

Qrafik 1. Azərbaycanın daha çox neft və qaz ixrac etdiyi Aİ ölkələri (tonla).



Mənbə: Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesi - https://stat.gov.az/

Yuxarıdakı qrafikə əsasən Azərbaycanın ixrac etdiyi neft və qaz üzrə İtaliya ən böyük idxal payına malikdir. Digər ölkələrlə müqayisədə isə Yunanıstan ən az paya malikdir.

Nəticə

Azərbaycanın mövcud iqtisadi potensialı bir tərəfdən ixracda hazır məhsulların xüsusi çəkisini artırmaq üçün, digər tərəfdən isə idxalı əvəz edən istehsalın təşkili üçün yaxşı zəmin yaradır. Bu işdə xarici investisiyaların da Azərbaycana cəlb edilməsi xüsusi rol oynayır. Beləliklə, ölkəmizdə mövcud iqtisadi sərbəstlik, özəl bölmənin inkişafı üçün yaradılmış münbit şərait, respublikamızın yerləşdiyi əlverişli coğrafi mövqe nəticəsində xarici ticarət əlaqələrinin həcmi və miqyası getdikcə artır. Bununla, həm də daxili istehsalın həcminin genişlənməsinə stimulverici şərait yaranır, son nəticədə Azərbaycanın iqtisadi qüdrəti daha da artır.

Azərbaycan-Avropa İttifaqı münasibətlərini araşdırdıqda görürük mümkündür ki,onlar arasındakı münasibətlərdə enerji amilinin də çox mühüm yeri var. Belə ki, Azərbaycan və Avropa İttifaqı arasında Fəaliyyət Planı yaradılarkən əməkdaşlığın ən mühüm strateji məqsədlərindən biri enerji və nəqliyyat sahəsində regional əməkdaşlığı gücləndirmək olmuşdur.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ƏDƏBİYYAT

1. Bakı-Brussel Azerbaycan-Avropa İttifaqı munasibetleri. Bakı, 2011
2. Eliyeva Raide Elesker . "Azerbaycan ve Qerbi Avropa olkeleri arasında elaqeler (1991-2015)". Bakı, 2017
3. Gunay Feyziyeva. "Azerbaycan - AB munasibetleri (Azerbaycan-Avropa İttifaqı munasibetleri)". Bakı, 2018
4. Hesenov E.M. "Azerbaycanın ABŞ ve Avropa dovletleri ile munasibetleri (1991-1996)." Bakı, 2012
5. Azerbaycan Respublikasının Dovlet Statistika Komitesinin resmi saytı-https://stat.gov.az/
6. Azerbaycan Respublikası Energetika Nazirliyinin resmi saytı-https://minenergy.gov.az/)
7. Azerbaycan Respublikası Xarici İshler Nazirliyinin resmi saytı-(https://mfa.gov.az/)
8. Avstriyanın Azerbaycandakı sefirliyinin resmi saytı-https://www.bmeia.gv.at/)
9. Almaniyanın Azerbaycandakı sefirliyinin resmi saytı-https://baku.diplo.de/az-az

ХАРАКТЕРИСТИКА ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ АЗЕРБАЙДЖАНОМ И СТРАНАМИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Мушфиг Гулиев[1], Юсиф Юсибов[2]
[1,2] Азербайджанский государственный экономический университет, [1,2] Кафедра Экономики и технологических наук,
[1]Доктор экономических наук, профессор
[2]Магистрант, y.yusibov.18@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена современному состоянию и тенденциям торговых отношений между Азербайджаном и странами Европейского Союза. Азербайджан является основным торгово-экономическим партнером Германии на Южном Кавказе, и Германия занимает первое место среди западноевропейских стран, в которые Азербайджан экспортирует продукцию. Италия является основным торговым партнером Азербайджана и страной, с которой у него больше экспортных связей, чем со странами Евросоюза. Для дальнейшего развития торговых отношений между Азербайджаном и Францией создана Французско-азербайджанская торговая палата (CCFAz). Торговые отношения между Австрией и Азербайджаном в основном проявляются в сферах сельского хозяйства, технологий и машиностроения. Между Азербайджанской Республикой и Республикой Болгария существуют двусторонние отношения в политической, социально-экономической, культурной и других сферах. Основными статьями экспорта из Азербайджана в Чехию являются нефть и нефтепродукты, а основными статьями импорта из Чехии в Азербайджан являются машины и оборудование, электронное оборудование, стекло и химические продукты.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Чтобы более четко понять торговые отношения между Европейским Союзом и Азербайджаном, необходимо взглянуть на импортные, экспортные отношения и торговый баланс между каждой страной, входящей в Европейский Союз. Основными продуктами, экспортируемыми с рынков ЕС в Азербайджан, являются: химикаты и сопутствующие товары, промышленные товары и продукты, продукты питания и живые животные, машины и транспортные средства, электронное оборудование. В составе продукции, экспортируемой из Азербайджана на европейские рынки, преобладают минеральное топливо, смазочные материалы, газ и нефтепродукты, а также химическая продукция.
Ключевые слова: товарооборот, экспорт, импорт, статистика, энергетика.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-382

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
396-403

CASES OF INCOME TAX EVASION OF PHYSICAL PERSONS IN AZERBAIJAN AND WAYS TO PREVENT THEM

Rauf Salayev[1], Aysel Zeynalli[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics, [1, 2] Department of Economics and Technological Sciences
[1] Doctor of philosophy in economics, dosent
[2] Master student, ayselhuseynova@unec.edu.az ,

ABSTRACT

In order to detect cases of tax evasion and to find effective ways to prevent tax evasion, the reasons for tax evasion and the circumstances leading to this process have been revealed in the article.
The moral, political, economic and technical-legal reasons for tax evasion are indicated. It was noted that the economic reasons for tax evasion are divided into two groups: those related to the financial situation of the enterprise and those caused by the general economic situation. Based on statistical indicators, the number of cases of tax evasion in our country is indicated.
It has been brought to attention that the fields where the most cases of tax evasion related to the income tax of physical persons are observed in our country are retail sales facilities with a large turnover.
One of the main reasons for the increase in the number of cases of tax evasion related to the income tax of physical persons is the employment of workers by employers without an employment contract.
It was emphasized that one of the most convenient ways to eliminate tax evasion of physical persons in the field of income tax is the transition to the general declaration system.
Taking into account a number of issues that are important to be resolved during the transition to the general declaration system, it has been reflected that the establishment of the institute of certified tax consultants in our Republic, as in the world experience, is very appropriate.
The article provides an example of the main measures to prevent tax evasion:
The state must determine tax rates in accordance with the situation of taxpayers and implement tax incentives. However, when taking this step, the state must set the limit on tax rates and tax benefits in such a way that the volume of state budget revenues does not decrease, and taxpayers do not bear a heavy tax burden.
At present, a very small percentage of taxpayers can be effectively controlled in our republic, most taxpayers remain outside tax control, which increases cases of tax evasion. To solve this problem and strengthen the control system, it is necessary to strengthen the electronic exchange of information between tax authorities and payers, introduce electronic control, and increase the level of professionalism of tax authorities.
It is known that in our republic the share of indirect taxes is higher than direct taxes, and this difference increases the scale of tax evasion. Addressing this gap can be beneficial in terms of preventing tax evasion.
The next step in the fight against tax evasion is to ensure the transparency of tax transactions. This begins with the sale and purchase of goods by taxpayers by submitting strict reporting forms, correct accounting of income and expenses for tax purposes, engaging individuals to perform work and services only after the entry into force of the employment contract.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

In world practice, governments apply special tax regimes to ensure the development of small and medium-sized enterprises. Stimulating the activities of these business entities through tax policy is achieved using two main methods in international practice, as well as in the practice of neighboring Russia. These methods include the use of tax incentives for various types of taxes and special taxation regimes for them. The introduction of special taxation regimes significantly reduces the tax burden on small and medium-sized businesses. However, sometimes this does not give the desired result, that is, the expansion of the tax base does not lead to an increase in tax revenues to the budget. Therefore, the state policy on tax regulation of small and medium-sized businesses should be carefully thought out and improved.
In our country, one of the areas in which there are cases of personal income tax evasion is the healthcare sector. Special control schemes should be developed to eliminate cases of tax evasion by taxpayers working in this area.
Azerbaijan should have various mechanisms to prevent tax evasion. One of these mechanisms is the expansion and improvement of the system of cashless payments.
Keywords: tax, physical person, tax evasion, income tax, taxpayers.

УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ ПОДОХОДНОГО НАЛОГА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

Салаев Рауф[1], Зейналлы Айсель[2]
[1,2]Азербайджанский Экономический Университет, [1,2]Кафедра Экономики и технологических наук,
[1] Кандидат экономических наук, доцент
[2] Магистрант, ayselhuseynova@unec.edu.az

РЕЗЮМЕ

В целях выявления случаев уклонения от уплаты налогов, поиска эффективных способов борьбы с уклонением от уплаты налогов, в статье прежде всего, выявлены причины уклонения от уплаты налогов и обстоятельства, приводящие к этому процессу.
Указаны моральные, политические, экономические и технико-правовые причины уклонения от уплаты налогов. Отмечено, что экономические причины уклонения от уплаты налогов делятся на две группы: связанные с финансовым положением предприятия и вызванные общеэкономической ситуацией. На основе статистических показателей указано количество случаев уклонения от уплаты налогов в нашей стране.
Доведено до сведения, что сферами, где в нашей стране наблюдается наибольшее количество случаев уклонения от уплаты подоходного налога физических лиц, являются крупные объекты розничной торговли.
Одной из основных причин увеличения числа случаев уклонения от уплаты подоходного налога физических лиц является прием работников на работу работодателями без заключения трудового договора.
Подчеркнуто, что одним из наиболее удобных способов ликвидации уклонения физических лиц от уплаты налогов в сфере подоходного налога является переход на общую систему декларирования.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Принимая во внимание ряд вопросов, которые важно решить при переходе на систему общего декларирования, было отражено, что создание института сертифицированных налоговых консультантов в нашей республике, как и в мировом опыте, весьма целесообразно.
Ключевые слова: налог, физическое лицо, уклонение от уплаты налогов, подоходный налог, налогоплательщики.

Введение

Под уклонением от уплаты налогов понимаются целенаправленные действия налогоплательщиков, направленные на уменьшение суммы платежей, которые они должны уплатить в бюджет в виде налогов, либо их неуплата.

Для выявления случаев уклонения от уплаты налогов и поиска эффективных способов борьбы с уклонением от уплаты налогов, прежде всего, следует выявить причины уклонения от уплаты налогов и обстоятельства, порождающие этот процесс.

В зависимости от действующей в стране экономической системы, социально-экономического положения страны, уровня жизни и доходов населения, психологического состояния уровни уклонения от уплаты налогов в каждой стране могут различаться а иногда причины уклонения от уплаты налогов могут быть разнообразными (“Nalogi i nalogooblojenie”; 2016, s.57).

Причины уклонения от уплаты налогов подразделяются на моральные, политические, экономические и технико-юридические.

Моральные причины уклонения от уплаты налогов связаны с характером налогового законодательства. Предоставление налоговых льгот определенным группам налогоплательщиков создает ощущение несправедливости у налогоплательщиков, не имеющих налоговых льгот, и эти налогоплательщики стремятся обеспечить равенство между собой и льготными налогоплательщиками. В качестве такого инструмента выравнивания используется уклонение от уплаты налогов.

Политические причины уклонения от уплаты налогов появляются, когда государство использует налоги не только для покрытия собственных расходов, но и как инструмент экономической политики. В результате случаи уклонения налогоплательщиков от уплаты налогов имеют место в районах, где применяются высокие налоги (“Nalogi i nalogooblojenie”; 2016, s.59).

Экономические причины уклонения от уплаты налогов делятся на две группы: связанные с финансовым положением предприятия и вызванные общеэкономической ситуацией.

Материальное положение налогоплательщиков является одной из основных и, пожалуй, первой причиной уклонения от уплаты налогов. Если финансовое положение налогоплательщика стабильно, он не пойдет по пути уклонения от уплаты налогов.

Причины, вызванные общеэкономической конъюнктурой, начинают проявляться в периоды экономических кризисов. Государство вынуждено принимать соответствующие меры, чтобы избавиться от этой ситуации и стабилизировать ситуацию. В такие периоды увеличиваются случаи уклонения от уплаты налогов, так как активизируются черные рынки.

Еще одной причиной уклонения от уплаты налогов являются технические и юридические причины. Эти причины возникают в результате сложности налоговой системы. Эти случаи особенно распространены в сфере налогообложения.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Цель

Целью исследовательской работы является выявление неправомерных моментов, связанных с уплатой подоходного налога физических лиц, случаев уклонения от уплаты налогов, и поиск эффективных способов борьбы с этими случаями.

Актуальность проблемы и связанные исследования

Важную роль в налогообложении доходов трудоспособного населения и обеспечении распределения доходов играет подоходный налог с физических лиц.

Имея весьма практичную методику исчисления подоходного налога физических лиц, делая более благоприятными условия взимания и уплаты этого налога в бюджет, дальнейшее совершенствование работы, проводимой в этом направлении еще больше увеличит долю и значение подоходного налога физических лиц в реализации государственного регулирования.

Учитывая все это, тему «Уклонение от уплаты подоходного налога физических лиц в Азербайджане и формы борьбы с ним» можно считать весьма актуальной. Очень необходимо провести детальный анализ и исследования в этом направлении.

Анализ проблемы

После обретения нашей страной независимости и с первых периодов развития рыночных отношений стали увеличиваться случаи уклонения от уплаты налогов многими налогоплательщиками. Это, в свою очередь, стало наблюдаться при значительном снижении доходов бюджета. Рост процессов уклонения от уплаты налогов ставит задачу борьбы с уклоняющимися от уплаты налогов перед правоохранительными органами нашей страны (“Nalogi i nalogooblojenie v Azerbaydjane”; 2020, s.223). Согласно статистическим показателям, количество уклонений от уплаты налогов в нашей стране с каждым годом увеличивается. В следующей таблице показано количество уклонений от уплаты налогов за разные годы (http://www.taxes.gov.az/):

Таблица 1. Количество уклонений от уплаты налогов за разные годы.

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
341	369	192	335	309	594	540	408	696	1142	2013	356

Как видно из таблицы, с 2013 года фиксируется высокий рост числа случаев уклонения от уплаты налогов.

Причин уклонения от уплаты налогов в нашей республике много, к ним можно отнести следующие (Allahverdiev H.B, Qafarov K.S., Ahmadov A.M. 2017, s.134).

Экономические причины сформировались в результате коренных изменений в экономической жизни нашей страны. Это могут быть примеры таких случаев, как перевод капитала за границу, снижение уровня производства;

Неполная сформированность налогового законодательства, юридические причины, вытекающие из нестабильности в законодательстве;

Психологические причины, возникающие из-за негативного отношения к налоговой системе, что характерно для большинства граждан республики.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

В нашей стране сферами, где наблюдается наибольшее количество случаев уклонения от уплаты подоходного налога физических лиц, являются крупные объекты розничной торговли. Несмотря на установку устройств дистанционной передачи во многих торговых центрах и супермаркетах, информация, получаемая с помощью этих устройств, не соответствует современным требованиям. Поскольку наблюдения сотрудников налоговых органов по временному методу создает много трудностей с временной и физической точки зрения, выходом для усиления налогового контроля в крупнотоварных объектах розничной торговли является ускорение реализации необходимых технических мероприятий, связанных с применением электронных дистанционные передающие устройства (“Nalogi i nalogooblojenie v Azerbaydjane”; 2020, s.230).

Одной из основных целей, поставленных государством в условиях рыночной экономики, является обеспечение благоприятной налоговой среды для всех предпринимателей, независимо от их размера или малости. Однако, исходя из опыта, можно сказать, что, поскольку налоговое администрирование зачастую базируется на крупных и средних предприятиях, методы и правила учета и отчетности более приспособлены к ним. Такая ситуация вызывает множество трудностей в сфере налогообложения малых предприятий и индивидуальных предпринимателей.

В нашей стране не сформированы необходимые механизмы для полного налогообложения деятельности мелких коммерческих объектов, например небольших рынков. Слишком мягкие условия, созданные для ведения предпринимательской деятельности в нашей республике, приводят к злоупотреблению этими условиями, что, в свою очередь, увеличивает количество случаев уклонения от уплаты налогов (Salaev R.A., 2017, s.470).

В мировой практике правительства применяют специальные налоговые режимы для обеспечения развития малых и средних предприятий. Стимулирование деятельности этих субъектов предпринимательства посредством налоговой политики достигается использованием двух основных методов в международной практике, а также в практике соседней России. К таким методам относится применение налоговых льгот по различным видам налогов и специальных режимов налогообложения по ним. Введение специальных режимов налогообложения существенно снижает налоговую нагрузку на субъектов малого и среднего предпринимательства. Однако иногда это не дает желаемого результата, то есть расширение базы налогообложения не приводит к увеличению объема налоговых поступлений в бюджет. Поэтому государственная политика по налоговому регулированию малого и среднего бизнеса должна быть тщательно продумана и усовершенствована.

В нашей стране одной из сфер, в которых встречаются случаи уклонения от уплаты подоходного налога физических лиц, является сфера здравоохранения. Должны быть разработаны специальные схемы контроля для устранения случаев уклонения от уплаты налогов налогоплательщиками, работающими в этой сфере.

Также доходы физических лиц, занимающихся репетиторством и ремонтом жилья в нашей стране не облагаются налогом, и в этой сфере имеют место случаи уклонения от уплаты налогов. От этих видов деятельности получается достаточно большой объем доходов, но лица, работающие в этой сфере, фактически уклоняются от получения дохода, который они получают от налогообложения. Нарушения налогового законодательства физическими лицами осуществляются такими способами, как представление подложных документов для получения налоговых льгот путем непредставления декларации о доходах в случаях, предусмотренных законодательством, путем уменьшения суммы доходов, увеличения

суммы расходов, сокрытия своего имущества от учета, изменения сведений о своей деятельности и дополнительных источниках доходов, сокрытия лица кто обязан подавать декларацию (Salaev R.A., 2017, c.475).

Одной из основных причин увеличения числа случаев уклонения от уплаты подоходного налога физических лиц является прием работников на работу у работодателей без заключения трудового договора. В последние годы, в связи с увеличением числа случаев привлечения работников к выполнению работ и оказанию услуг без трудового договора, были усилены меры по борьбе с этим и возбуждены уголовные дела в отношении руководителей предприятий, нанимающих работников таким образом.

Одним из наиболее удобных способов устранения уклонения от уплаты налогов в сфере НДФЛ является переход на общую систему декларирования. Во многих странах мира разрабатываются концепции, обеспечивающие эффективный переход на эту систему. Эти концепции отражают не только правила применения системы декларирования, но и перспективы ее дальнейшего развития и проблемы, стоящие перед переходом на общую систему декларирования. Одним из важнейших вопросов при переходе на общую систему декларирования в нашей республике является создание института сертифицированных налоговых консультантов, рассмотривая во внимание необходимости оказания налогоплательщикам налоговых консультантов услуг по разъяснению и правильному толкованию налогового законодательства, а также заполнению и представлению налоговых деклараций, информирование налогоплательщиков в связи с переходом на декларативную систему и проведение информационно-разъяснительной работы, как показывает мировой опыт, это весьма целесообразно для этой цели (Musaev A., Musaeva A., Mammadov Y.; 2020, s.89).

Предотвращение уклонения от уплаты налогов и борьба с ним очень важны для увеличения объема доходов бюджета в нашей стране, недопущения снижения доходов бюджета, обеспечения экономического развития.

Заключение

К основным мерам по предотвращению уклонения от уплаты налогов относятся следующие:

- Высокие налоговые ставки ведут к налоговой эксплуатации и уклонению от уплаты налогов. Государство должно определять налоговые ставки в соответствии с положением налогоплательщиков и осуществлять налоговые льготы. Однако при принятии этого шага государство должно определить предел налоговых ставок и налоговых льгот таким образом, чтобы объем доходов государственного бюджета не уменьшался, а на налогоплательщиков не ложилось тяжелое налоговое бремя.
- Тот факт, что налоговая система достаточно сложная, ложится тяжелым бременем на налогоплательщиков. Для предотвращения уклонения от уплаты налогов налоговая система должна быть упрощена, а налогоплательщики должны быть проинформированы о налоговой системе.
- Известно, что для эффективной борьбы с уклонением от уплаты налогов необходимо осуществлять усиленный налоговый контроль. В настоящее время в нашей республике удается эффективно контролировать очень небольшой процент налогоплательщиков, большая часть налогоплательщиков остается вне налогового контроля, что увеличивает случаи уклонения от уплаты налогов. Для решения этой проблемы и усиления системы

контроля необходимо усилить электронный обмен информацией между налоговыми органами и плательщиками, внедрить электронный контроль, повысить уровень профессионализма налоговых органов.

- Известно, что в нашей республике доля косвенных налогов выше, чем прямых налогов, и эта разница увеличивает масштабы уклонения от уплаты налогов. Устранение этого пробела может быть полезным с точки зрения предотвращения уклонения от уплаты налогов.
- Следующим шагом в борьбе с уклонением от уплаты налогов является обеспечение прозрачности налоговых операций. Это начинается с купли-продажи товаров налогоплательщиками путем подачи форм строгой отчетности, правильного учета доходов и расходов для целей налогообложения, привлечения физических лиц к выполнению работ и услуг только после вступления трудового договора в законную силу.

В Азербайджане должны действовать различные механизмы предотвращения уклонения от уплаты налогов. Одним из таких механизмов является расширение и совершенствование системы безналичных расчетов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kashin V.A. “Sovershenstvovanie nalogovogo control: opıt razvitıx stran”/ V.A.Kashin, N.V.Ponomareva // Finansı. - 2012. - N 11. - S.27-30.
2. “Nalogi i nalogooblojenie v Azerbaydjane”. Uchebnik dlya vuzov. Vtoroe izdanie. “MM-S”, Baku, 2020, 460 str.
3. “Nalogi i nalogooblojenie”. M. İzdatelstvo Yurayt, 2016.
4. Pepelyaev S.G. “Nalogovoe pravo”. Uchebnik. Moskva, İzdatelstvo “Alpina Pablisher”, 2015, 796 str.
5. Panskov, V. G. 2. “Nalogi i nalogooblojenie: teoriya i praktika”. M. İzdatelstvo Yurayt, 2016.
6. Salaev R.A. “Model effektivnoy nalogovoy sistemı Azerbaydjanskoy respubliky”. Statya. XIV Mejdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya “Mirovıe tendensii i perspektivı razvitiya finansovoy sistemı Ukrainı”. «WTPDFSU-2017» Kievskiy Natsionalnıy Universitet im. T.Sevchenko. 28-29 sentyabrya 2017, 469-475 str.
7. Terexina A.P. “Sistema i prinsipı nalogooblojeniya doxodov fizicheskix lits v naibolee razvitıx stranax”// Finansovoe. pravo. - 2010. - N 11. - C.36-39.
8. Allahverdiev H.B, Qafarov K.S., Ahmadov A.M. “Milli iqtisadiyyatın dovlat tanzimlanması”. Bakı. 2017.
9. Musaev A., Musaeva A., Mammadov Y., “Gelir vergisi”. Monoqrafiya. Bakı, “ELM ve BİLİK” naşriyyatı. 2020, 176 seh.
10. http://www.taxes.gov.az/

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

AZƏRBAYCANDA FİZİKİ ŞƏXSLƏRİN GƏLİR VERGİSİNDƏN YAYINMA HALLARI VƏ ONLARIN QARŞISININ ALINMASI YOLLARI

Salayev Rauf [1], Zeynallı Aysel [2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [2"]İnformasiya Texnologiyaları və İdarəetmə" fakültəsi,
[1]İqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
[2] Magistr tələbəsi, ayselhuseynova@unec.edu.az

XÜLASƏ

Məqalədə vergidən yayınma hallarının aşkarlanması, vergidən yayınma ilə effektiv mübarizə yollarının tapılması üçün, ilk növbədə, vergidən yayınmanın səbəbləri və bu prosesə gətirib çıxaran hallar aşkarlanmışdır.
Vergidən yayınmanın mənəvi, siyasi, iqtisadi və texniki–hüquqi səbəbləri göstərilmişdir. Vergidən yayınmanın iqtisadi səbəblərinin müəssisənin maliyyə vəziyyəti ilə əlaqəli olan səbəblər və ümumi iqtisadi konyukturanın yaratdığı səbəblər olmaqla iki qrupa ayrıldığı qeyd olunmuşdur. Statistik göstəricilərə əsasən, ölkəmizdə vergidən yayınma hallarının sayı göstərilmişdir.
Ölkəmizdə fiziki şəxslərin gəlir vergisi ilə bağlı ən çox vergidən yayınma hallarının müşahidə olunduğu sahələrin iri dövriyyəli pərakəndə satış obyektləri olması diqqətə çatdırılmışdır.
Fiziki şəxslərin gəlir vergisi ilə bağlı vergidən yayınma hallarının sayının artmasının əsas səbəblərindən biri kimi işçilərin işəgötürənlər tərəfindən əmək müqaviləsi olmadan çalışdırılması qeyd olunmuşdur.
Vurğulanmışdır ki, fiziki şəxslərin gəlir vergisi sahəsində vergidən yayınma hallarının aradan qaldırılması üçün ən əlverişli üsullardan biri də ümumi bəyannamə sisteminə keçid hesab olunur.
Ümumi bəyannamə sisteminə keçid zamanı həll edilməsi önəmli olan bir sıra məsələlər nəzərə alınaraq, Respublikamızda da dünya təcrübəsində olduğu kimi, sertifikatlaşdırılmış vergi məsləhətçilər insititunun yaradılmasının olduqca məqsədəuyğun olması öz əksini tapmışdır.
Açar sözlər: vergi, fiziki şəxs, vergidən yayınma, gəlir vergisi, vergi ödəyiciləri.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-396

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
404-420

STUDY OF WATER ABSORPTION OF GEOPOLYMER MATERIALS BASED ON IRON ORE ENRICHMENT TAILINGS

Yunis Gahramanli[1], Mahira Aliyeva[2], Mehriban Mikailova[3], Laman Tahirova[4]
[1,2,3,4] "Chemistry and Inorganic Substances Technology" department, Azerbaijan State Oil and Industry University,
[1]Head of the department, doctor of technical sciences, professor, http://orcid.org./0000-0002-1041-7227, y.gahramanli@asoiu.edu.az
[2]laboratory assistant of the department, doctor of philosophy on chemistry, http://orcid.org./0000-0001-7626-4457, mahira.aliyeva.72@mail.ru
[3]laboratory assistant of the department, doctoral candidate of the department, http://orcid.org./0000-0002-0009-8779, mikailova.mr16@gmail.com
[4]Junior researcher, tahirova.lemka@mail.ru

ABSTRACT

As you know, the problem of environmental safety is important in the process of mining and processing of ore and non-metallic minerals. In the process of primary processing of ore minerals, the so-called enrichment tailings or production wastes are formed. The resulting waste accumulates in huge quantities, contributing to changes in the landscape and worsening the hydrogeological and sanitary conditions of the environment. In addition, rainfall and meltwater contribute to the constant leaching of heavy metals from waste dumps, which eventually leads to the pollution of groundwater, rivers and lakes. Therefore, the important ecological task of rational disposal of mining tailings is very relevant around the world. Research aimed at developing and obtaining new materials on the basis of this waste is of the greatest interest. One of such directions is the utilization (immobilization) of mining tailings when obtaining of geopolymer materials, which eliminates the leaching of heavy metals from the volume of the obtained material. Over the past 60 years, millions of tons of enrichment tailings have accumulated at the Dashkesan iron ore deposit, which are waiting to be disposed of. For this reason, the tailings of Dashkesan iron ore enrichment were used as a mineral filler for producing geopolymer material. Mineralogical and chemical compositions of enrichment tailings were studied using X-ray phase and X-ray fluorescence methods. Water absorption of the obtained specimens of geopolymer material was researched in accordance with the known methodology. It was revealed that with the increase of mineral filler content from 60 to 90%wt. the value of water absorption of geopolymer material specimens in the first five minutes of exposure increased from 1 to 10,2%, respectively. With the increase of mineral filler content from 60 to 90%wt. the maximum value of water absorption increases from 2,6 to 10,2%, respectively.
Keywords: geopolymer, water absorption, enrichment tailings, iron ore.

Introductıon

One of the important and urgent problems facing the global community is the problem of environmentally safe processing of ore and mineral resources. The accelerated development of the mining industry has led to the accumulation of a huge amount of mining and processing waste or tailings [1]. According to available data, from $5 \cdot 10^9$ to $14 \cdot 10^9$ tons of such waste is accumulated in the world every year [2,3]. The areas occupied by the mining industry in total make up $4 \cdot 10^5$ km^2. They also include places of storage of waste rock [4]. Accumulation of mine tailings contributes to changing the landscape of the area, worsens the hydrogeological and sanitary-hygienic

conditions of the environment. Therefore, in order to decrease the rate of accumulation of mine wastes it is necessary to develop rational methods of their utilization and disposal. Mine tailings are good raw materials. The reasons that encourage to use these wastes in production are not only the mentioned above ecological problems, but also the restrictions connected with time of operation of mining tailings dump. One of the biggest consumers of mining tailings is the construction materials industry. These wastes are used as facing material, material for construction of dams and as backfill material [5-8].

In addition, it is known that mine tailings can be used as fillers for cement and concrete. For example, studies have been conducted to partially replacement cement in mortar with gold mine tailings [9], and molybdenum mine tailings have been used to replace cement, which contributed to an increase in chemical resistance [10]. By analyzing the properties of 13 different mine tailings, scientists have concluded that calcium-enriched tailings have high activation properties [11]. Scientists have established that mine tailings can be used as a fine filler for concrete with complete or partial replacement of silica sand [12]. A number of researchers have used iron ore processing waste as a fine aggregate for concrete up to 40% [13]. Another way of recycling waste of ore production is the use of high-magnesium and low-silicon iron ore beneficiation waste as a clay substitute for the production of cement clinker [14-16]. There are studies devoted to the use of mine tailings for the production of bricks with high porosity [17-19]. Mine tailings are a perspective material for its use as an alternative filler for sand roadways [20,21] and for a pavement base [22,23].

Most of the research related to the use of mine waste in construction has to do with Portland cement. However, the production of Portland cement is unsustainable, energy-intensive and is associated with high emissions of CO_2 into the atmosphere. Thus the total CO_2 emissions to the atmosphere in 2022 amounted to 36,8 billion tons. Taking into account that Portland cement production accounts for about 5-7% of the total, this figure was 2,2 billion tons in 2022.

In order to reduce the negative impact of the cement industry on the environment, the use of mine tailings in geopolymer matrixes may become quite an alternative and attractive technology for their disposal. Geopolymers are one of the new directions of obtaining environmentally friendly construction materials, which are more resource-saving materials in comparison with materials based on Portland cement [24-27]. In general, geopolymers are a binding material obtained from amorphous or crystalline aluminosilicate materials [28-32] by their activation with alkaline solutions [33]. Typically, sodium and potassium hydroxide solutions or sodium silicates are used as alkaline activators [33]. Thus, a subgroup of alkali activated materials can be called geopolymers, which are obtained at low temperatures (usually up to 80-100^{0}C). Moreover, geopolymers are characterized by low calcium content and a high degree of silicon coordination [33]. The use of geopolymers as construction materials makes it possible to achieve high environmental, resource-saving, technical performance and low CO_2 emissions during their production. In addition, the utilization of mine tailings contributes to the occurrence of arable land due to the elimination of waste storages. In recent years, interest associated with the utilization of mine waste in geopolymers is rapidly growing [34-46]. So over the last decade interest in this problem has almost doubled.

This problem has not bypassed our country as well. So in Dashkesan iron ore deposit for the years of operation from 1952 to 1994 has accumulated about 28 million tons of waste of iron ore beneficiation, which require rational disposal. As it was said above, this problem is very urgent in the world, so **the purpose of this study** was to obtain geopolymer concrete materials based on

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

waste iron ore from Dashkesan field and study their basic properties such as water absorption.

Research methodology

Materials and components used to prepare samples.

The tailings of enrichment (dry magnetic separation) of iron ore.

Sodium silicate is a thick, semi-transparent liquid (GOST 13079-2021, density 1300-1360 kg/m^3, silicate module 1-3).

Sodium hexafluorosilicate is a colorless crystalline powder poorly soluble in water (TU 2621-010-69886968-2013).

Fresh, tap water.

Methodology of obtaining specimens of geopolymer material

The specimens of geopolymer material based on iron ore enrichment tailings of Dashkesan deposit were prepared as follows. Iron ore enrichment tailings, which are mineral filler, were milled in a ball mill up to obtaining a powder. Then, according to the required ratio of components, pre-weighed samples of mineral filler, sodium silicate, and sodium hexafluorosilicate were prepared. The dry components were mixed with each other beforehand until a homogeneous mass was formed. Then sodium silicate was added to the obtained mass. After that, water was added. The amount of added water depended on the consistency of the resulting solution. The solution had to be in the form of a well-mixed pulp. The obtained mass was loaded into the forms prepared beforehand. After ramming the mortar in the forms, the process of curing and molding was carried out. After one day the hardened specimen was removed from the mold and subjected to heat treatment at 80^{0}C for 16 hours.

Methodology for determining the chemical and mineralogical composition of iron ore enrichment tailings

Mineralogical and chemical analysis of iron ore enrichment tailings was carried out according to the well-known methodology at the Institute of Geology and Geophysics. Mineralogical composition was determined by X-ray phase analysis on the device "Miniflex 600", and the chemical composition was determined by X-ray fluorescent method on the spectrometer "S8Tiger".

Table 1: Mineralogical composition of iron ore enrichment tailings

SiO_2 (α-quartz)	Feldspar	$CaCO_3$ (calcite)	Kaolin	Fe_3O_4 (magnetite)	Other impurities
20	10	33	18	18	1

Table 2: Chemical composition of iron ore enrichment tailings

Na_2O	MgO	Al_2O_3	SiO_2	P_2O_5	SO_3	K_2O	CaO	TiO_2	MnO	Fe_2O_3	Cl^-	YTI
1,17	3,54	10,95	33,23	0,26	0,34	0,69	19,75	0,81	0,55	15,68	0,07	12,83

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Methodology of determination of water absorption of geopolymer material specimens

Water absorption of geopolymer material specimens with the ratio of initial components waste:sodium silicate = 60:40, 65:35, 70:30, 75:25, 80:20, 85:15 and 90:10 was determined in accordance with GOST 12730.3-2020. Water absorption by mass was determined according to the following formula:

$$W_m = \frac{m_w - m_d}{m_d} \cdot 100 \qquad (1)$$

where m_d- mass of the initial dry specimen, g; m_w- mass of the wet specimen, g.

Measurement of specimen weight was carried out on analytical scales with an accuracy of 0,001 g.

Results and dıscussıon

Geopolymer materials were obtained on the basis of tailings of iron ore from Dashkesan deposit. When obtaining samples of geopolymer materials, the content of waste in the concrete mixture ranged from 60 to 90%wt. Depending on this, the content of the alkali silicate solution varied from 40 to 10%wt. Specimens were prepared by mixing the initial components at ambient temperature until a homogeneous mass. Then the obtained geoconcrete mass was loaded into previously prepared molds and subjected to heat treatment at 80^0C.

In order to identify possible operating conditions of the obtained cured specimens of geopolymer materials it was necessary to find out their resistance to water. Fresh water was used for the studies. The researches were conducted in a certain time interval during 3 days at ambient temperature.

Figure 1 shows kinetic curve of water absorption depending on time for geopolymer material specimens with waste:sodium silicate 60:40 component ratio.

As can be seen from the figure in the first minutes of exposure (exposure of specimens in water) there is a sharp increase in water absorption up to 1,1%. Further, as the specimens are exposed in water for 24 hours, no significant change in water absorption is observed. However, when the specimens are exposed in water for 48 hours, some increase in water absorption is observed. And only at 72-hour exposure the water absorption of specimens increased up to 2,6%, that is, practically in 2,4 times. Exposure of specimens in water for more than 72 hours does not lead to any changes in water absorption, so it is not considered.

During the first few minutes of exposure, water enters the micro voids formed naturally in the material during its filling into the molds and curing. Since the material contains filler in the form of iron ore processing waste, in this case its bulk density is of great importance. The lower the bulk density of the filler, the tighter its particles adhere to each other, that is, the free space between the particles becomes smaller. As a result, it is harder for water to penetrate into the filler volume, which affects the water absorption of the material. The cured geopolymer itself is a waterproof material. If geopolymers are used with the filler, the generated geopolymer is distributed in the space between the filler particles. Depending on the bulk density of the filler, the layers of geopolymer between the particles may have different thicknesses. Thus, in the case of low bulk density, the layers of formed geopolymer or binder between the filler particles must be thicker. This in turn increases the consumption of binder to bind the filler particles. In some cases, the amount of formed binder is insufficient and the spaces between the particles remain unfilled. In such cases, the probability of water penetration into these areas increases, which in turn affects the water absorption of the material.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

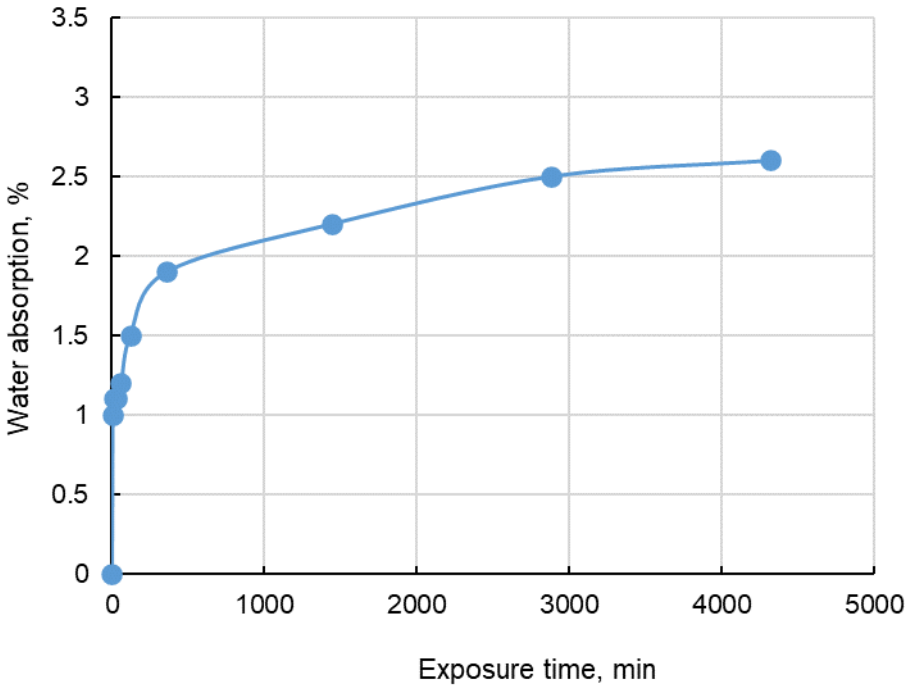


Figure 1. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 60%wt. of mine tailings.

If the bulk density of the filler is high enough, the layers of binder filling space between the filler particles will be thinner. Thus, the binder consumption will be less. In addition, the probability of more complete filling of the space between the filler particles with the binder will be higher. From this we can come to the important conclusion that the degree of dispersion of the filler is very important.

All these factors, as well as the nature of the filler and the degree of geopolymerization of the binder, have a very strong influence on the water absorption of the final material.

When considering figure 1, one can see that in the first minutes of exposure a fairly low level of water absorption is reached, which is 1,1%. Then during 3 hours of exposure the water absorption level reaches 1,9%. The low water absorption can be explained by the higher content of sodium silicate, which is the main "building material" for the geopolymerization process. The higher concentration of sodium silicate in the mixture contributes to the formation of more geopolymer, which fully fills all the voids between the filler particles, thereby providing a relatively high water resistance of the material.

After a 2-hour exposure of the material in water, a gradual increase in water absorption is observed, but at a relatively lower rate. The decrease in the rate of water absorption is explained by the fact that more time is required for water to penetrate deeper parts of the material. As water moves into deeper areas of the material, the rate of diffusion decreases. It takes more time for the water to penetrate into deeper internal areas of the material. On the other hand, the curing or geopolymerization process of specimens, for a number of reasons, may not occur completely. In some internal areas of the material, the degree of geopolymerization may be quite low. In this case, relatively long water effect on these areas leads to dissolution of part of the binder. This process contributes to the opening of voids between the filler particles, allowing water to

penetrate into deeper areas of the material, thereby increasing water absorption. However, this process has its limitations. This is proved by the fact that water absorption does not change after 3 days of exposure. In the exposure time between 360 and 2880 minutes a monotonic increase in water absorption from 1,9 up to 2,5% is observed. The material reaches full water saturation at 3 days of exposure and the maximum water absorption is 2,6%. It should be noted that exposure of the specimens in water for more than 3 days did not lead to any changes in water absorption, so the results of this study are not shown in the graph. However, it should be noted that for exposure times from 0 to 360 minutes a rapid increase in water absorption is observed, which is 1,9%, while in the time interval from 360 to 4320 minutes the increase in water absorption is only 1%. Thus, the rate of water absorption in the first 3 hours of exposure is almost 2 times higher than in the subsequent time interval of 360-4320 minutes.

Dependences of water absorption on exposure time for specimens of geopolymer material obtained by preparing a mixture with the ratio of waste: sodium silicate components equal to 65:35 are shown in figure 2.

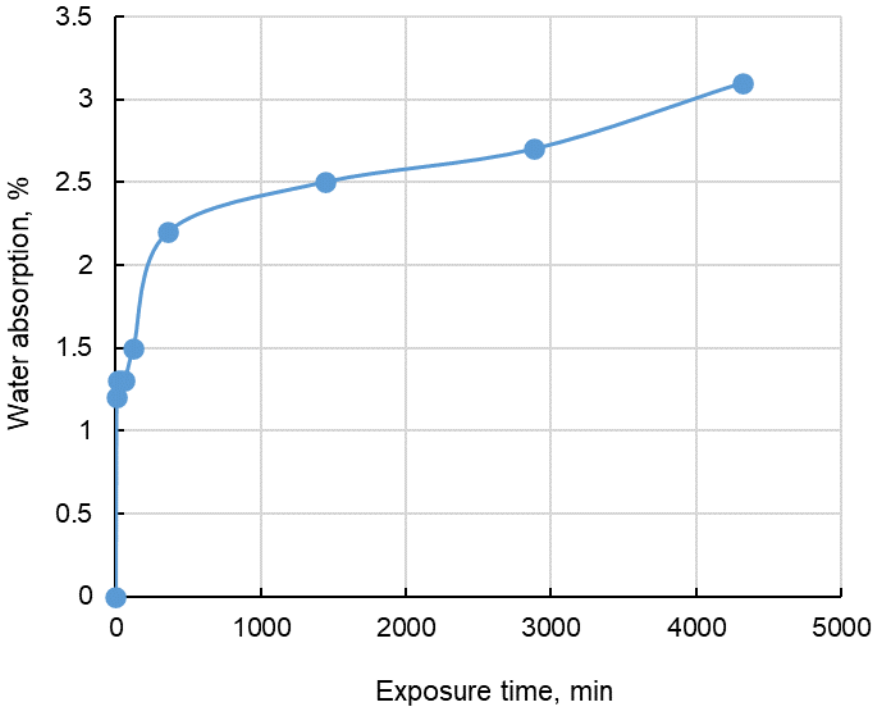


Figure 2. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 65%wt. of mine tailings.

As can be seen from the figure, as well as in the previous case during the first 3 hours a degree of water absorption equal to 2,2 % is reached. At the same time, it should be noted that this value of water absorption is somewhat higher than the one presented in figure 1. This can be explained by the fact that in this test specimen the content of sodium silicate is less by 5% wt. Taking into account that sodium silicate in this case is the main component participating in formation of binder (geopolymer), it is possible to assume that amount of binder formed in this case is less. As a result, in comparison with the previous case, the voids between the filler particles (while

maintaining its bulk density) are not completely filled with binder. In this case, the total volume of unfilled voids between the filler particles increases, which leads to some slight increase in water absorption.

In the time period of exposure from 360 minutes to 4320 minutes the water absorption increases from 2,2% to 3,1%. Thus, the maximum value of water absorption is reached at 72 hours of exposure and is 3,1%. It should be noted that in this case the maximum water absorption is slightly higher than the maximum water absorption of the samples shown in figure 1. This phenomenon also has its own explanation. As it was mentioned before, usage of less quantity of sodium silicate promotes formation of relatively small quantity of geopolymer which, in its turn, being distributed in space between filler particles, fills voids between particles to smaller extent. As a result, a relatively larger volume of water penetrates into the internal parts of the material. In addition, the water penetrating into the volume of the material dissolves some of the geopolymer with a low degree of geopolymerization. Taken together, these factors contribute to some relatively greater increase in water absorption. It should be noted here that the water absorption rate in the 65:35 sample remains relatively high in the time interval from 0 to 360 minutes and is 2,2%, and in the time interval from 360 to 4320 minutes the rate of increase in water absorption is 0,9%. Thus, the rate of increase in water absorption in the first 3 hours in 2,4 times higher than in the remaining time interval of 360-4320 minutes.

Then water absorption of geopolymer samples obtained from mixtures with waste:sodium silicate ratio of 70:30 was also conducted. The results of the studies are presented in figure 3.

As it can be seen from the presented figure, for the first 360 minutes of exposure the value of water absorption is reached to 2,6 % that in 1,2 times more than in the previous case considered on figure 2. Such increase of water absorption can be explained by increase of filler content. At the same time the volume of empty space between filler particles increases and the amount of sodium silicate decreases, which leads to formation of a lesser amount of geopolymer binder. Thus, a lesser amount of binder fills an even smaller space between the filler particles. All this contributes to a freer penetration of water into the volume of the material, the consequence of which is a greater increase in water absorption.

When considering figure 3 one can notice that further exposure of the material in an aqueous medium for 1 day leads to an increase in water absorption up to 3,3%, which is more than in the case shown in figure 2.

The increase of exposure time from 1 to 3 days leads to an increase of water absorption up to 3,6%, which in 1,2 times more than in the case shown in figure 2. This phenomenon is also explained by the fact that the exposure time from 1440 to 4320 minutes causes dissolution of geopolymer parts with low degree of geopolymerization in the inner regions of material, which promotes the penetration of large volumes of water. As the dissolution process of the part with low degree of geopolymerization is prolonged in time. When considering figure 3, one can notice that the rate of increase in water absorption in the first 3 hours of exposure is also relatively higher than in the time interval of 360-4320 minutes. Thus, while in the first 3 hours the increase in water absorption is 2,6%, in the time interval of 360-4320 minutes the increase in water absorption is 1%.

Thus, the rate of increase in water absorption in the first 3 hours of exposure in 2,6 times higher than in the time interval of 360-4320 minutes. Here, the sample also reaches full saturation when exposed for 3 days. Exposure for more than 3 days does not lead to a change in water absorption.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Further studies of water absorption of geopolymer materials with the ratio of components in the initial mixture of waste:sodium silicate=75:25 were conducted. The results of the studies are shown in figure 4.

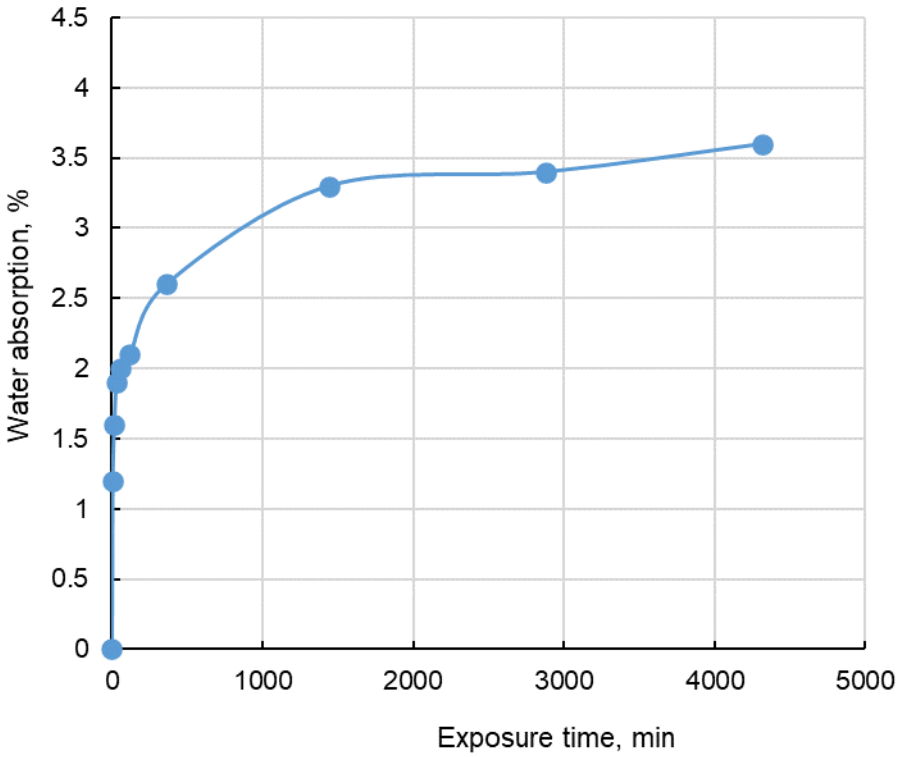


Figure 3. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 70%wt. of mine tailings.

According to the figure, with increasing of exposure time from 0 to 4320 minutes, water absorption of geopolymer material samples increases. Thus it is necessary to pay attention that already at 360-minute exposure of material water absorption is reached 3,3 %, it is more, than in case shown on figure 3 in 1,3 times. With further increase in exposure time from 360 minutes and above, water absorption increases with a relatively slow rate, reaching its maximum at 4320 minutes and is 4,1%. This indicator is also higher than in the case presented in figure 3. It should be noted that if for 360 minutes water absorption is reached 3,3%, then for 3960 minutes the growth of this indicator makes only 0,8%. Thus, for 360 minutes of exposure almost 80% of the total water absorption of the specimen is gained. Thus, the water absorption rate of the sample during the first three hours of exposure in 4,1 times higher than the water absorption rate during the following 3960 minutes of exposure. This indicates that during the first three hours of exposure the water absorption process proceeds at a high rate in the surface and internal areas of the specimen close to the surface due to filling of voids and pores available in the material. A further increase in water absorption is related to the diffusion of water into the inner and denser areas of the material and is strongly delayed in time. It should also be noted that the higher values of water absorption are related to the high content of filler well wetted by water and the associated

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

high volume of voids between the filler particles, as well as the small amount of geopolymer binder forming thin interlayers between these particles. In this case, no changes in water absorption are also observed at exposure for more than 3 days.

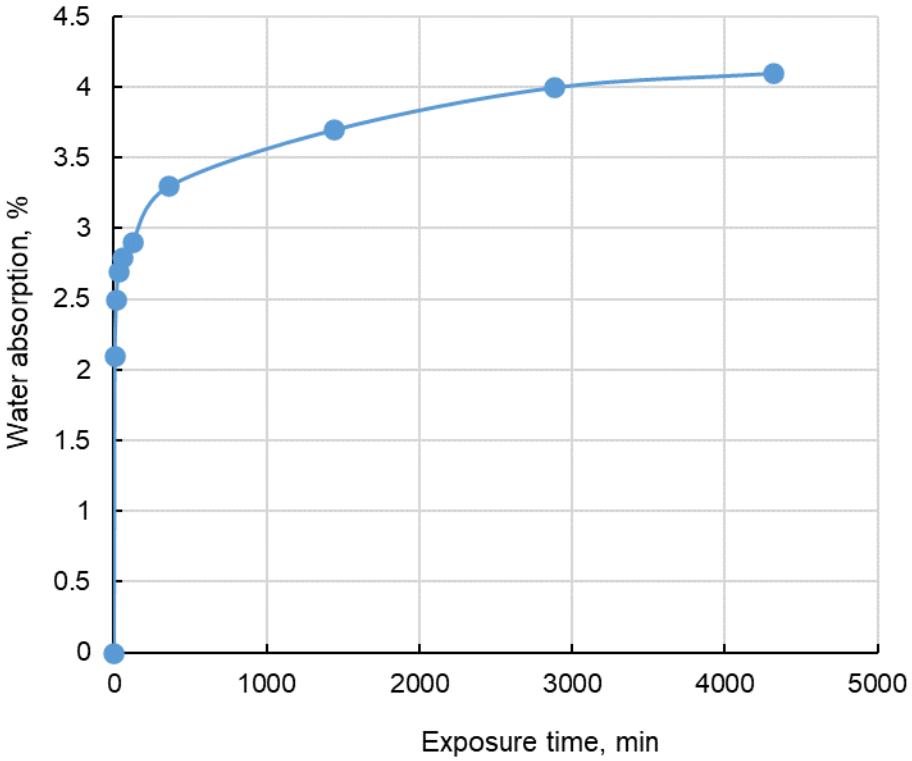


Figure 4. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 75%wt. of mine tailings.

Water absorption of geopolymer material samples with 80:20 ratio of components in the initial mixture was studied. The results of the studies are shown in figure 5.

It is evident from figure 5 that increasing the exposure time of the specimens leads to an increase in water absorption, but in this case a different situation is observed. So, within the first two hours of exposure a rapid increase in water absorption from 0 to 5,7% is observed. At the same time, maximum water absorption is reached, and it in 1,4 times higher than in case presented in figure 4. As it was mentioned earlier, higher water absorption is reached due to higher filler content (up to 80%wt.), which is well wetted by water. In addition, the presence of a greater amount of filler contributes to an increase in the volume of voids between the filler particles. All these factors together contribute to the increase in water absorption of the tested specimens.

Looking at figure 5, one can see that in the exposure time interval from 120 to 4320 minutes the decrease in water absorption of the specimen is observed. The decrease in water absorption in this case is 1,9%. During the research we revealed that when the material is exposed in water, very small pieces break off from the material. It should be taken into account that the study of water absorption of specimens was carried out using gravimetric method, so a small mass loss of the sample may affect the value of water absorption. So, in this case we have an imaginary decrease in water absorption. On the other hand, the low content of sodium silicate in the starting material

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

(20%wt.) contributes to the formation of a small amount of geopolymer binder. This, in turn, leads to the fact that thin layers of binder that bind the particles of the material together cannot ensure the integrity of the structure and therefore the material loses a very small amount of its mass under the influence of water.

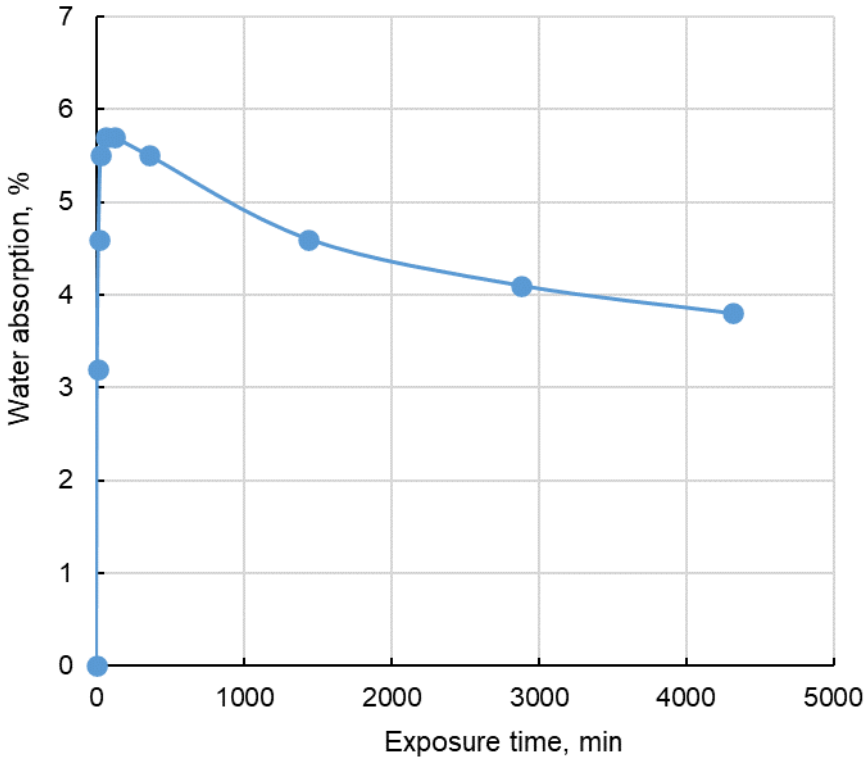


Figure 5. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 80%wt. of mine tailings.

Further the water absorption of geopolymer material specimens with ratio of initial components waste:sodium silicate=85:15 was studied. The results of the studies are shown in figure 6.
As can be seen from the figure, an increase in exposure time also contributes to an increase in water absorption of geopolymer material specimens. So, when the exposure time increases from 0 to 120 minutes, the water absorption increases up to 6,2% and gets its maximum value. This value of water absorption is higher than in case presented on figure 5. In this case the quantity of mineral filler reaches 85%wt. of total mass of geopolymer material. In this case, the presence of a great amount of mineral hydrophilic filler together with a large volume of voids between filler particles and a small amount of sodium silicate will contribute to much higher water absorption.
Herewith, in the time interval of exposure from 120 to 4320 minutes the water absorption decreases.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

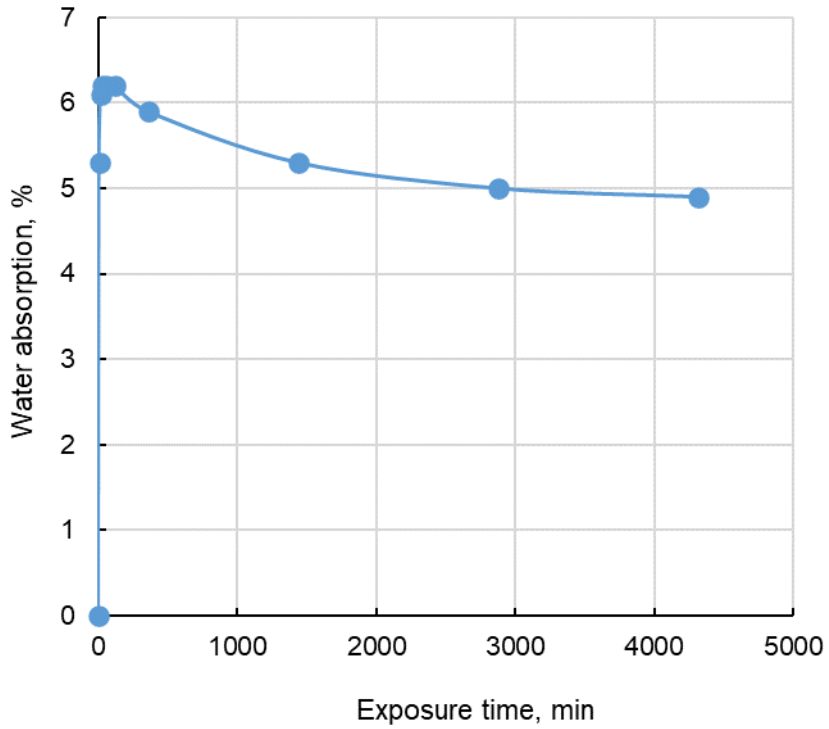


Figure 6. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 85%wt. of mine tailings.

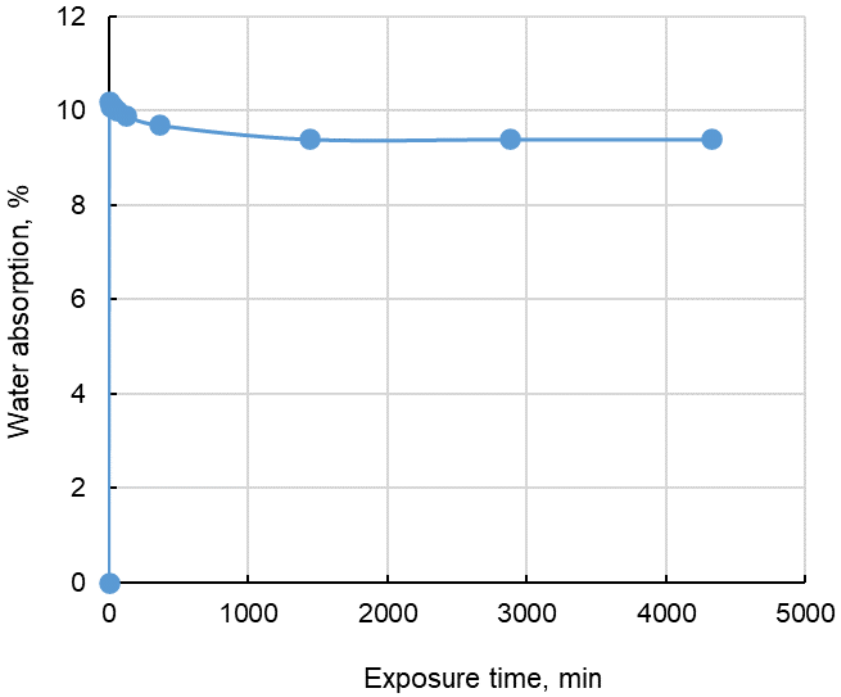


Figure 7. Kinetic curve of water absorption of specimens of geopolymer material containing 90%wt. of mine tailings.

The reasons for this phenomenon have been described above, so this decrease in water absorption is also imaginary. In addition, as mentioned earlier, the weight loss in this case is also related to an even lower sodium silicate content (15% wt.) and consequently a lower bonding ability of the resulting geopolymer binder. An increase in the exposure time of more than 3 days does not lead to any changes in the water absorption of the material.

Dependence of water absorption of geopolymer material specimens obtained from the initial mixture with a waste:sodium silicate ratio equal to 90:10 is shown in figure 7.

At careful examination of the kinetic curve in figure 7 one can see that the increase in exposure time leads to a rapid growth of water absorption. So, already in the first five minutes of exposure water absorption reaches its maximum value and makes 10,2 %, that in 1,9 times higher, than in case presented on figure 6. Such sharp growth of water absorption is explained with prevailing content of mineral hydrophilic filler, with the maximum total volume of voids between filler particles and correspondingly with lowest content of sodium silicate. The low sodium silicate content means that a small amount of geopolymer binder is synthesized. Particle bonding strength is low exactly because of the low binder content and some loss of mass occurs when the material is subject to water influence. This loss of mass due to imaginary decrease in water absorption can also be observed in figure 7 in the time interval of exposure of 60-4320 minutes.

Conclusions

1. It was found that with the increase of mineral filler content from 60 to 90%wt. the value of water absorption of geopolymer material specimens in the first five minutes of exposure increases from 1 to 10,2%, respectively.
2. It was found that with the increase of mineral filler content from 60 to 90%wt. the maximum value of water absorption increases respectively from 2,6 to 10,2%.
3. It was found that for specimens containing 60, 65, 70, 75%wt. mineral filler, the rate of water absorption in the first 3 hours of exposure in 2, 2,4, 2,6 and 4,1 times higher than in the time interval of 360-4320 minutes, respectively.
4. It was found that the specimens containing 80, 85 and 90% wt. of mineral filler have a slight imaginary decrease in water absorption due to an insignificant mass loss under the influence of water.

REFERENCES

1. Xu D.M., Zhan, C.L., Liu H.X., Lin H.Z. A critical review on environmental implications, recycling strategies, and ecological remediation for mine tailings. Environ. Sci. Pollut. Res. 2019, 26, pp.35657–35669, http://dx.doi.org/10.1007/s11356-019-06555-3.
2. Mudd G.M., Boger D.V. The ever growing case for paste and thickened tailings- towards more sustainable mine waste management. AusIMM Bull., 2013.
3. Adiansyah J.S., Rosano M., Vink S., Keir G. A framework for a sustainable approach to mine tailings management: disposal strategies. J. Clean. Prod. 2015, 108, pp.1050–1062, http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.139.
4. Hooke R.L.B., Martín-Duque J.F., Pedraza J. Land transformation by humans: a review. GSA Today 22, 2012, pp.4–10, http://dx.doi.org/10.1130/GSAT151A.1.
5. Kossoff D., Dubbin W.E., Alfredsson M., Edwards S.J., Macklin M.G., Hudson-Edwards K.A. Mine tailings dams: characteristics, failure, environmental impacts, and remediation.

Appl. Geochem. 54, 2014, pp.229–245, http://dx.doi.org/10.1016/j.apgeochem.2014.09.010.
6. Beier N.A., Sego D.C., Morgenstern N.R. Tailings Management Simulation and Technology Evaluation, 33. Geotech. News. 2015.
7. Benzaazoua M., Bussière B., Demers I., Aubertin M., Fried É., Blier A. Integrated mine tailings management by combining environmental desulphurization and cemented paste backfill: application to mine Doyon. Quebec, Canada. Miner. Eng. 21, 2008, pp.330–340, http://dx.doi.org/10.1016/j.mineng.2007.11.012.
8. Fall M., Célestin J.C., Pokharel M., Touré M. A contribution to understanding the effects of curing temperature on the mechanical properties of mine cemented tailings backfill. Eng. Geol. 114, 2010, pp.397–413, http://dx.doi.org/10.1016/j.enggeo.2010.05.016.
9. Ince C. Reusing gold-mine tailings in cement mortars: mechanical properties sand socio-economic developments for the Lefke-Xeros area of Cyprus. J. Clean. Prod. 238, 2019, 117871, http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117871.
10. Siddique S., Jang J.G. Assessment of molybdenum mine tailings as filler in cement mortar. J. Build. Eng. 31, 2020, 101322, http://dx.doi.org/10.1016/j.jobe.2020.101322.
11. Simonsen A.M.T., Solismaa S., Hansen H.K., Jensen P.E. Evaluation of mine tailings' potential as supplementary cementitious materials based on chemical, mineralogical and physical characteristics. Waste Manag. 102, 2020, pp.710–721, http://dx.doi.org/10.1016/j.wasman.2019.11.037.
12. Pyo S., Tafesse M., Kim B.J., Kim H.K. Effects of quartz-based mine tailings on characteristics and leaching behavior of ultra-high performance concrete. Constr. Build. Mater. 166, 2018, pp.110–117, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2018.01.087.
13. Zhao S., Fan J., Sun W. Utilization of iron ore tailings as fine aggregate in ultra-high performance concrete. Constr. Build. Mater. 50, 2014, pp.540–548, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2013.10.019.
14. Young G., Yang M. Preparation and characterization of Portland cement clinker from iron ore tailings. Constr. Build. Mater. 197, 2019, pp.152–156, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2018.11.236.
15. Andrade F.R.D., Pecchio M., Bendoraitis D.P., Montanheiro T.J., Kihara Y. Basalt mine-tailings as raw materials for Portland clinker. Ceramica 56, 2010, 337, http://dx.doi.org/10.1590/s0366-69132010000100007.
16. Zheng Y.C., Li Q., Liu Y.J. Mine tailing as alternative to clay for producing belite cement clinker. Adv. Mater. Res. 726-731, 2013, pp.2704–2713, http://dx.doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.726-731.2704.
17. Yang J., Yang X., Liu W., Zhu X., Liu J. Preparation of autoclaved bricks based on gold mine tailings. Fresenius Environ. Bull. 2010.
18. Li C., Wen Q., Hong M., Liang Z., Zhuang Z., Yu Y. Heavy metals leaching in bricks made from lead and zinc mine tailings with varied chemical components. Constr. Build. Mater. 134, 2017, pp.443–451, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2016.12.076.
19. Kim Y., Lee Y., Kim M., Park H. Preparation of high porosity bricks by utilizing red mud and mine tailing. J. Clean. Prod. 207, 2019, pp.490–497, http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.044.

20. Oluwasola E.A., Hainin M.R., Aziz M.M.A. Evaluation of asphalt mixtures incorporating electric arc furnace steel slag and copper mine tailings for road construction. Transp. Geotech. 2, 2015, pp.47–55, http://dx.doi.org/10.1016/j.trgeo.2014.09.004.
21. Oluwasola E.A., Hainin M.R., Aziz M.M.A. Comparative evaluation of dense-graded and gap-graded asphalt mix incorporating electric arc furnace steel slag and copper mine tailings. J. Clean. Prod. 122, 2016, pp.315–325, http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.051.
22. Swami R.K., Pundhir N.K.S., Mathur S. Kimberlite tailings: a road construction material. Transp. Res. Rec. 1989-2, 2007, pp.131–134, http://dx.doi.org/10.3141/1989-56.
23. Bastos L.A.de C., Silva G.C., Mendes J.C., Peixoto R.A.F. Using iron ore tailings from tailing dams as road material. J. Mater. Civ. Eng. 28, 2016, 04016102, http://dx.doi.org/10.1061/(ASCE)MT.1943-5533.0001613.
24. Singh B., Ishwarya G., Gupta M., Bhattacharyya S.K. Geopolymer concrete: a review of some recent developments. Constr. Build. Mater. 85, 2015, pp.78–90, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2015.03.036.
25. Hassan A., Arif M., Shariq M. Use of geopolymer concrete for a cleaner and sustainable environment – a review of mechanical properties and microstructure. J. Clean. Prod. 223, 2019, pp.704–728, http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.051.
26. Lazorenko G., Kasprzhitskii A., Kruglikov A., Mischinenko V., Yavna V. Sustainable geopolymer composites reinforced with flax tows. Ceram. Int. 46, 2020, pp.12870–12875, http://dx.doi.org/10.1016/j.ceramint.2020.01.184.
27. Lazorenko G., Kasprzhitskii A., Yavna V., Mischinenko V., Kukharskii A., Kruglikov A., Kolodina A., Yalovega G. Effect of pre-treatment of flax tows on mechanical properties and microstructure of natural fiber reinforced geopolymer composites. Environ. Technol. Innov. 20, 2020, 101105, http://dx.doi.org/10.1016/j.eti.2020.101105.
28. Yavna V.A., Kasprzhitskii A.S., Lazorenko G.I., Kochur A.G. Study of IR spectra of a polymineral natural association of phyllosilicate minerals. Opt. Spectrosc.118, 2015, pp.529–536, http://dx.doi.org/10.1134/S0030400X15040220.
29. Mehta A., Siddique R. An overview of geopolymers derived from industrial by-products. Constr. Build. Mater. 127, 2016, pp.183–198, http://dx.doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2016.09.136.
30. Zhuang S., Lu X., Li J., Li Q. Radiation hazard of solid metallic tailings in Shangluo, China. Nuc. Tech. Rad. Prot. 31, 2016, pp.190–194, http://dx.doi.org/10.2298/NTRP1602190Z.
31. Reddy M.S., Dinakar P., Rao B.H. A review of the influence of source material's oxide composition on the compressive strength of geopolymer concrete. Microporous Mesoporous Mater. 234, 2016, pp.12–23, http://dx.doi.org/10.1016/j.micromeso.2016.07.005.
32. Kasprzhitskii A., Lazorenko G., Khater A., Yavna V. Mid-infrared spectroscopic assessment of plasticity characteristics of clay soils. Minerals 8, 2018, 184, http://dx.doi.org/10.3390/min8050184.
33. Davidovits J. Geopolymers: ceramic-like inorganic polymers. J. Ceram. Sci. Technol. 8, 2017, pp.335–350, http://dx.doi.org/10.4416/JCST2017-00038.
34. Liu Q., Li X., Li C., Wang J., Lyu X. Synthesis and optimization of green one-part geopolymer from mine tailings and slag: Calcium carbide residue and soda residue as

supplementary alkali sources. Construction and Building Materials. Vol. 353, 2022, 129013, https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2022.129013
35. Peng D., Zhaoyu Zh. Mechanical properties of one-part geopolymer masonry mortar using alkali-fused lead–zinc tailings. Construction and Building Materials. Vol. 369, 2023, 130522, https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2023.130522
36. Alseny B., Jie J., Andrea O.R., Yang B., Mengyu M., Feihu L. Arsenic(V) immobilization in fly ash and mine tailing-based geopolymers: Performance and mechanism insight. Chemosphere, Vol. 306, 2022, 135636, https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2022.135636
37. Baifa Zh., Ting Y., Liangliang D., Yun L., Haozhe G., Junming Zh., Lijuan L., Yuan P. Ion-adsorption type rare earth tailings for preparation of alkali-based geopolymer with capacity for heavy metals immobilization. Cement and Concrete Composites. Vol. 134, 2022, 104768, https://doi.org/10.1016/j.cemconcomp.2022.104768
38. Qing L., Xiaochang L., Mingyao C., Junxiang W., Xianjun L. Preparation of eco-friendly one-part geopolymers from gold mine tailings by alkaline hydrothermal activation. Journal of Cleaner Production. Vol. 298, 2021, 126806, https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126806
39. Ricardo A.M.F., Paulo R.G.B., Marios S., Andréia B.H., Andy F., Douglas B.M. Producing sodium silicate powder from iron ore tailings for use as an activator in one-part geopolymer binders. Materials Letters. Vol. 288, 2021, 129333, https://doi.org/10.1016/j.matlet.2021.129333
40. Qinghua H., An W., Jinrui Zh. Research on the early fracture behavior of fly ash-based geopolymers modified by molybdenum tailings. Journal of Cleaner Production. Vol. 365, 2022, 132759, https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132759
41. Babak K., Pozhhan M., Erol Y., Forough M., Ahmad Kh. D. Geopolymerization mechanism of binder-free mine tailings by sodium silicate. Construction and Building Materials. Vol. 268, 2021, 121217, https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2020.121217
42. Igor C.F., Roberto G., Andréia B.H., Ana P. de C.T., Caroline D. P., Athos S. L., Isnaldi R.S.F. Reuse of iron ore tailings for production of metakaolin-based geopolymers. Journal of Materials Research and Technology. Volume 18, 2022, pp. 4194-4200, https://doi.org/10.1016/j.jmrt.2022.03.192
43. Gahramanli Y.N., Gasimov A.M. Obtaining and research of properties of geoconcretes on basis of natural limestone. Azerbaijan Journal of Chemical News, (1), 2019, pp.16-24.
44. Gahramanli Y.N., Gasimov A.M., Aghazadeh M.E. Research of physico-mechanical properties of geoconcretes on basis of the natural powdery limestone. Azerbaijan Journal of Chemical News, (2), 2019, pp.4-12.
45. Gahramanli Y.N., Samedzadeh B.A., Hajiyeva R.Sh., Hasanova M.B. An obtaining of foamed composites on basis of ceramic wastes and research their volume weight. Azerbaijan Journal of Chemical News, (1), 2020, pp.4-13.
46. Gahramanli Y.N., M.I.Aliyeva, M.R.Mikailova, G.Sh.Adgozalova. Research of water absorption of geoconcretes on basis of iron ore enrichment and bottom ash. Azerbaijan Journal of chemical news, 2022, vol.4, No1, pp.21-31.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОДОПОГЛОЩЕНИЯ ГЕОПОЛИМЕРНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ ОТХОДОВ ОБОГАЩЕНИЯ ЖЕЛЕЗНОЙ РУДЫ

Юнис Кахраманлы[1], Махира Алиева[2], Мехрибан Микаилова[3], Ляман Тахирова[4]
[1,2,3,4] Кафедра «Технологии неорганических веществ и химии», Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности,
[1] Заведующий кафедрой, доктор технических наук, http://orcid.org./0000-0002-1041-7227
y.gahramanli@asoiu.edu.az
[2]лаборант кафедры, доктор философии по химии, http://orcid.org./0000-0001-7626-4457,
mahira.aliyeva.72@mail.ru
[3]лаборант кафедры, диссертант, http://orcid.org./0000-0002-0009-8779, mikailova.mr16@gmail.com
[4]молодой ученый, tahirova.lemka@mail.ru

РЕЗЮМЕ

Как известно, проблема экологической безопасности имеет важное значение в процессе добычи и обогащения рудных и нерудных полезных ископаемых. В процессе первичной переработки рудных полезных ископаемых образуются так называемые хвосты обогащения или отходы производства. Образующиеся отходы скапливаются в огромных количествах способствуя изменению ландшафта местности и ухудшая гидрогеологические и санитарно-гигиенические условия окружающей среды. Кроме того, выпадающие дожди и талые воды способствуют постоянному вымыванию тяжелых металлов из отвалов отходов, что, в конечном итоге, приводит к загрязнению грунтовых вод, рек и озер. Поэтому важная экологическая задача рациональной утилизации отходов горнодобывающей промышленности является весьма актуальной во всем мире. Наибольший интерес представляют собой исследования направленные на разработку и получение новых материалов на основе этих отходов. Одним из таких направлений является утилизация (иммобилизация) отходов горнодобывающей промышленности при получении геополимерных материалов, которая исключает вымывание тяжелых металлов из объема полученного материала. За последние 60 лет на территории Дашкесанского месторождения железной руды скопились миллионы тонн хвостов обогащения, которые ждут своей утилизации. По этой причине хвосты обогащения железной руды Дашкесанского месторождения были использованы в качестве минерального наполнителя для получения геополимерного материала. С применением рентгенофазного и ренгенофлюоресцентного метода были изучены минералогический и химический составы хвостов обогащения. В соответствии с известной методикой было исследовано водопоглощение полученных образцов геополимерного материала. Было установлено, что по мере увеличения содержания минерального наполнителя от 60 до 90%масс. значение водопоглощения образцов геополимерного материала в первые пять минут экспозиции увеличивается соответственно от 1 до 10,2%. По мере увеличения содержания минерального наполнителя от 60 до 90%масс. максимальное значение водопоглощения увеличивается соответственно от 2,6 до 10,2%.

Ключевые слова: геополимер, водопоглощение, отходы обогащения, железная руда.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

DƏMİR FİLİZİN ZƏNGİNLƏŞMƏSİ TULLANTISI ƏSASINDA OLAN GEOPOLİMERLİ MATERİALLARIN SUYU UDMA DƏRƏCƏSİNİN TƏDQİQİ

Yunis Qəhrəmanlı[1], Mahirə Əliyeva[2], Mehriban Mikayılova[3], Ləman Tahirova[4]
[1,2,3,4] "Kimya və qeyri-üzvi maddələrin texnologiyası" kafedrası, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti,
[1] Kafedra müdiri, texnika elmləri doktoru, http://orcid.org./0000-0002-1041-7227, y.gahramanli@asoiu.edu.az
[2] kafedra laborantı, kimya üzrə fəlsəfə doktoru, http://orcid.org./0000-0001-7626-4457, mahira.aliyeva.72@mail.ru
[3] kafedra laborantı, dissertant, http://orcid.org./0000-0002-0009-8779, mikailova.mr16@gmail.com
[4] cavan tədqiqatçı, tahirova.lemka@mail.ru

XÜLASƏ

Məlumdur ki, filiz və qeyri-filiz faydalı qazıntıların hasilatı və zənginləşməsi prosesində ekoloji təhlükəsizlik problemi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Filiz faydalı qazıntıların ilkin emalı zamanı zənginləşmə tullantıları əmələ gəlir. Əmələ gələn tullantılar böyük həcmlərdə yığılaraq ərazi landşaftının dəyişməsinə və ətraf mühitin hidrogeoloji və sanitar-gigiyenik vəziyyətinin pisləşməsinə səbəb olur. Bundan başqa, yağan yağışlar və əriyən qar suları tullantı atılmalarından ağır metalların mütəmadi yuyulmasına səbəb olur ki, bu da, öz növbəsində, qrunt suların, çayların və göllərin çirklənməsinə gətirib çıxarır. Buna görə vacib ekoloji məsələ olan - dağ-mədən sənayesi tullantılarının səmərəli utilizasiyası məsələsi bütün dünyada çox aktual hesab olunur. Bu tullantılar əsasında olan yeni materialların işlənib hazırlanması və alınmasına həsr olunmuş tədqiqatlar çox böyük maraq kəsb edir. Bu istiqamətlərdən biri - geopolimerli materialların alınmasında dağ-mədən sənayesi tullantılarının utilizasiyası (immobilizasiyası) istiqamətidir. Bu zaman alınan geopolimerli materialın həcmindən ağır metalların yuyulub xaric edilməsi xeyli azalır. Son 60 il ərzində Daşkəsən dəmir filiz yatağının ərazisində öz utilizasiyasını gözləyən milyonlarla ton zənginləşmə tullantıları yığılıb qalmaqdadır. Məhz bu səbəbdən bu tədqiqat işində geopolimerli materialların alınması üçün mineral doldurucu kimi Daşkəsən dəmir filizi yatağının zənginləşmə tullantıları istifadə edilmişdir. Zənginləşmə tullantıların mineraloji və kimyəvi tərkibi rentgen-faza və rentgen-flüoressent üsulu ilə öyrənilmişdir. Məlum üsula müvafiq olaraq alınan geopolimerli materialların nümunələrinin suyu udma dərəcəsi tədqiq edilmişdir. Müəyyən edilmişdir ki, mineral doldurucunun miqdarı 60-dan 90%küt.-ə qədər artdıqca geopolimerli materialın suyu udma dərəcəsinin qiyməti ekspozisiyanın ilk beş dəqiqəsi ərzində uyğun olaraq 1-dən 10,2%-ə qədər artır. Mineral doldurucunun miqdarı 60-dan 90%küt.-ə qədər artdıqca suyu udma dərəcəsinin maksimal qiyməti uyğun olaraq 2,6-dan 10,2%-ə qədər artır.
Açaq sözlər: geopolimer, suyu udma dərəcəsi, zənginləşmə tullantıları, dəmir filizi.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-404

E-ISSN: 2674-5224
421-429 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

THE RESULTS OF A COMPARATİVE ANALYSİS OF OPERATİONAL FACİLİTİES OF THE BALAKHANİ SUITE (THE CASE OF THE BİBİEIBAT FİELD)

Fuad Maharramov[1], Shura Ganbarova[2], Rustam Mammadov[3]
[1,2,3]ASOIU, geological Exploration Faculty, "Oil-gas geology" departiment,
[1]associate professor, fuadabid@mail.ru
[2]theacher, qanbarovanicat@mail.ru
[3]master, rustemmemmedov116@gmail.com

ABSTRACT

The article is devoted to ways of efficient development of the formations of the long-exploited Bibiheybat deposit located on the Absheron Peninsula. At the same time, the issues of oil and gas content, lithology, and collector properties were also investigated according to the development plan of the exploitation facilities. Despite the fact that this field has been exploited for a long time, there are still enough residual reserves. The amount of residual resources in these deposits creates the basis for obtaining a high level of production from them in the future. Here, the issues of applying new methods to increase the oil yield of the formations are reflected.
Development curves were drawn up to systematize the actual data obtained for a fundamental analysis of development.
To identify the relationship between production wells and annual oil production for given horizons the graphs were built up.
The possibility of increasing the final oil recovery factor through the use of new methods of enhanced oil recovery was studied and it was found that when using the water-gas mixture method for the horizon "XIV suite", the final oil recovery can be increased by 5-6% and an additional 201-241 thousand tons of oil, while using the micellar method we get 8-15% of the effect from additional production.
As for the technological reasons for the difference in current oil recovery factors for reservoir objects, this is primarily due to the number of drilled production wells, which is 3 times more in the first horizon than in the second. Due to geological reasons, the reservoir properties of the first horizon are better than those of the second horizon, as well as the energy of the gas dissolved in oil during the development of the "XIV suite" horizon, the movement of the waters of the outer contour (elastic-water-pressure mode) was stronger compared to the "XV layer" horizon ". In general, the difference between current oil production rates is a factor due to geological reasons, as well as technological reasons during development.
Keywords: development, suite, horizon, residual reserves, development curves, oil and gas field.

Introduction

The Absheron oil and gas region characterized by the presence of rich oil and gas fields, is located on the southern slope of the Greater Caucasus Range. This region includes the Absheron Peninsula, the Absheron archipelago and the island zone of the Baku Bay (Fig. 1).
The Bibieibat oil and gas field is located on the coast of the Caspian Sea, 3-4 km south of Baku, on the Baku-Salyan highway. The Bibieibat field is located in geographically and economically advantageous conditions. Thus, the climate of this field is mild, and the depth of the sea reaches 20-30 m in the zone surrounded from the south by the Caspian Sea.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

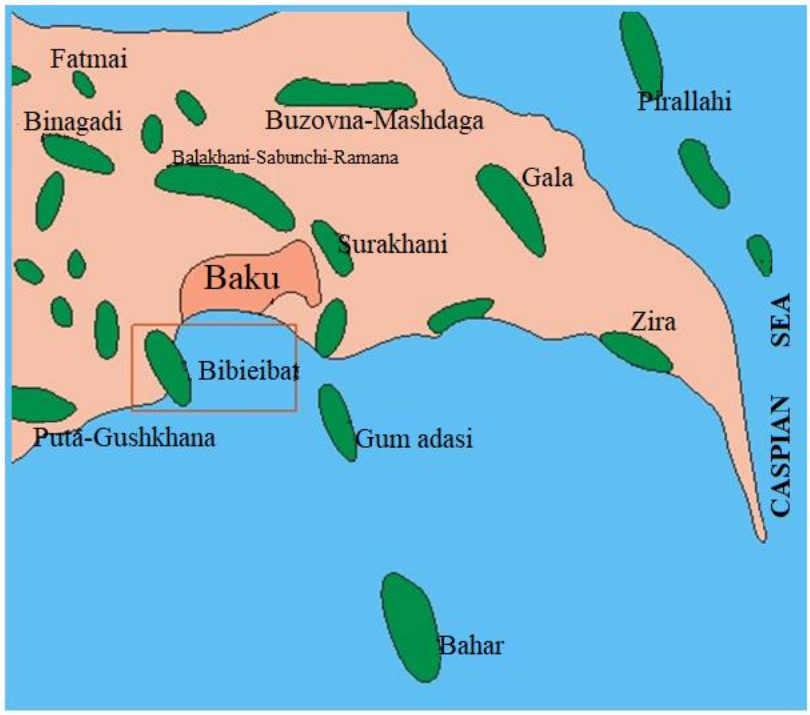


Figure 1. Overview map of the Absheron oil and gas region.

Position of the problem

Bibieibat district consists of two orographically separate parts: Bibieibat valley (old district) and Bayil Bay. Bayil bay was created later by draining the sea. For this reason, it is sometimes referred to as the "drying zone". The coastline of Bayil Bay has a small protrusion towards the sea in the middle part, the bay is separated from the city of Baku by a hill and is located 1.5 km west of the neighboring Yasamal valley. The Bibieiba valley is surrounded on three sides by rocks composed of limestones of the Absheron age from the north, west and east, and the southern border is surrounded by the coastal waters of the Caspian Sea. The synclinal form upland separates the Bibieibat depression from the Yasamal valley. This upland forms two orographic units and in many places has a hilly character. The northern hill has a semicircular shape and has the highest point in the northwestern part, the absolute height of which reaches 171 m. The hill smoothly turns to the east and southeast and ends with a nose at the Geological Exploration Contour, and in the west it bends towards the Shikhov valley. This hill was first discovered by D.V. Golubyatnikov and he called it Bibieibat mountain. The hill descends steeply from the southwest towards the Bibieibat valley and forms the Shikhov mountain. In the southern part of the "old district" there is a hill that divides the old district into two unequal parts: a large northern part of a semicircular shape and a smaller southern part, thinning towards the south. The hills of the Shikhov valley and the Bibieibat valley are composed of limestones and participate in the formation of an anticlinal fold extending to the southeast and northwest. The Bibieibat valley was formed as a result of erosion of the crest of the fold.

Sufficient information about the stratigraphy of the region has been collected at the Bibieibat oil and gas field, and a comprehensive study of this information is of great theoretical and practical

importance. Thus, these data are an up-to-date database for choosing the right direction for production drilling in fields that are in the final stage of development, searching for new oil peaks and determining the operating mode [1].

In the geological structure of the Bibieibat field includes of the Absheron, Aghchagil, Productive series, Pontic and Diatom layers deposits. These deposits are overlain by old and new Caspian terraces and modern deposits.

Modern deposits consist of various sand and small dust-like particles brought by winds, which are typical for the Absheron valley. Modern sediments of the Caspian Sea consist mainly of clays, sands and shell deposits. The ancient Caspian deposits are composed of porous rocks 76 m thick. The Apsheron stage mainly consists of limestones, argillaceous sands, shales, marls, brown, gray sands and conglomerates. The lithological composition of the deposits of the Aghchagil stage consists of yellow marls, yellow and gray limestone clays and porous rocks. In the geological structure of the field, sediments of the productive series are abundant.

The Gala suite is being wedged in the Bibieibat formation. For the first time, the Gala suite discovered well No. 1383 (50 m), drilled into the Pre-Kirmaki suite in 1946.

The transition of the Gala suite to the Pre-Kirmaki suite is gradual. Clayey-sandy deposits of the Pre-Kirmaki suite gradually turn into fine-grained sands, and black gravelstones are found in the upper part of the suite. The Pre-Kirmaki suite is divided into three horizons by 3-4 m thick clay beds: PK1, PK2, PK3. The total thickness of the Pre-Kirmaki suite is 80 m.

Sand content increases to 20-30 m in the suite. An increase in sand content is also noticeable in the northeastern part of Bibieibat.

Kirmaki suite lithologically consists of clays and thin sand layers. According to the well logs, it is divided into three clean clay series and four sublayers (IKS, IIKS, IIIKS, IVKS). The total thickness of the suite is 260 m. In 1950, the Kirmaki suite discovered by well No. 1379 with 260 m thick.

Lithological composition of Post-Kirmaki sandy suite is composed of fine- and medium-grained clayey sands and sandstones. Clay layers 1-3 m thick divide the suite into three layers. The total thickness is 36 m.

Post-Kirmaki clayey suite lithologically consists of gray and brown clays and thin layers of sand 2-4 m thick, sand content increases by depth. According to well logs, its resistivity is 10-12 Om·m. Along the section of Bibieibat, the suite is divided into five horizons. These are a, b, c and the peaks of the suite XVI and the first and second peaks of the XVII layer. The total thickness of the PK suite increases from 35 m in the east to 65 m in the west [2].

The lithological composition of Balakhani suite consists of sand and clay layers of separating interlayers. In the lower part of the section there are sand fractions. The total thickness of the Balakhani suite is 370 m. Upper oil horizons XII-XV are distinguished in the Balakhani suite. The total thickness of horizon XII is 15 m. The lithological composition consists of a mixture of fine-grained and coarse-grained sands, sandstones, and a meter-long layer of gray clay. There is a layer of the 130 m thick below of horizon XII. The lithological composition consists of medium-grained sands. Clay layers with a thickness of 2-3 m divide the XIII layer into seven parts; a, b, c, d, e, f, g. The total depth of horizon III is 16 m. The lithological composition consists of medium- and fine-grained sands.

The lithological composition of Sabunchi suite consists of clays, clayey sands, and interlayers of fine-grained sands. The oil-bearing horizon I of the Sabunchi suite is separated from the Surakhani suite by a brown-gray clayey stratum 60 m thick. The total thickness of the Sabunchi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

suite is 400 m. V-XI oil horizons or layers are distinguished. Horizon V has a thickness of 20 m and consists of fine-grained sand. The lithological composition of horizon VI is composed of gray clays and silty sandstones "a" and "b". The total thickness is 17 m. The composition of horizon VII includes medium-grained sands, 1meter clay interlayers located in the upper part, and interlayers of sandstones 1-2 m thick. The total thickness of the horizon varies from 15 to 20 m. The total thickness of horizon VIII is 10 m. The lithological composition consists of medium and coarse-grained sands and sandy clays up to 1 m thick. The lithological composition of horizon IX with a total thickness of 30 m consists of fine-grained and medium-grained sands, two-three-layer sandstones 1.5 m thick and clay interlayers 4 m thick. The IX horizon is parallel to the IV layer of the eastern Absheron and the I horizon of Lokbatan. Horizon X is interbedded with brown-gray clays and fine-grained sands with a total thickness of 58 m. The lithological composition of horizon XI is represented by medium-grained sands and sandstones, thin sandy clays. The total thickness of the horizon is 30 m.

Surakhani suite occurs directly under the Aghchagil stage. Lithologically the section is represented by gray clays, clayey sands, and shell remains. In the lower part of the section, the amount of sandstones and quartzite sandstones increases. The total thickness of the Surakhani suite is 330 m and consists of four main oil-bearing horizons. The lithological composition of the 1st horizon consists of sand and sandy loam, its total thickness is 10 m. In the lithological composition of horizon 2 three sandy layers are distinguished. It is divided by two layers of clay 1.5 m thick at the top and bottom. The total thickness of horizon is 30 m. The total thickness of horizon 3 is 10 m, and the lithological composition consists of fine and gray clays, as well as a sandstone interlayer 1 m thick. The thickness of horizon IV is 30 m, the lithological composition consists of fine-grained gray sands with two layers of clay and three-layer sandstones with a thickness of 2 m [3].

Methods

The development curves are built to systematize the actual data obtained for the purpose of fundamental analysis of the development of the Bibieibat field (fig.2).

The rate of development of the horizon "XIV suite" due to the drilling of new wells in subsequent years slightly increased and amounted to more than or equal to 2%. However, since 1956 it has remained below 2% until today. Thus, the period from 1942 to 1956 can be distinguished as the fifth stage of development [4].

"XIV S a" from 1942 to 1949 and "XV S a" from 1956 to the present are characterized by "IV b" stages of development. According to the data of 1942, the number of wells is 55, the annual oil production is 103 thousand tons, the total production of liquid is 659 thousand tons. In 1948, the number of wells began to increase, reaching 56, and since 1957 their number over the years, it decreased again and in 1969 reached 54. At present, only ten wells are producing from this horizon. The compaction of the well pattern had little effect on the production rate, causing it to increase above 2% in certain periods of development. Between 1942 and 1948, annual oil production dropped from 103,000 tons to 95,000 tons. Due to the drilling of new wells in 1949, oil production increased to 127 thousand tons. At present, the total volume is 3 thousand tons (fig. 2.).

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

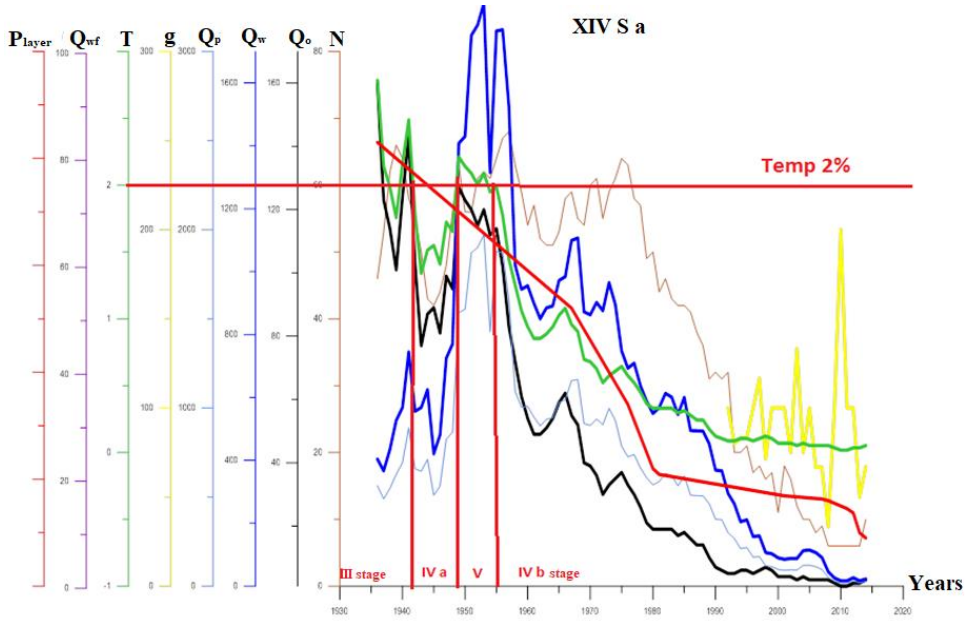


Figure 2. Curves of exploitation

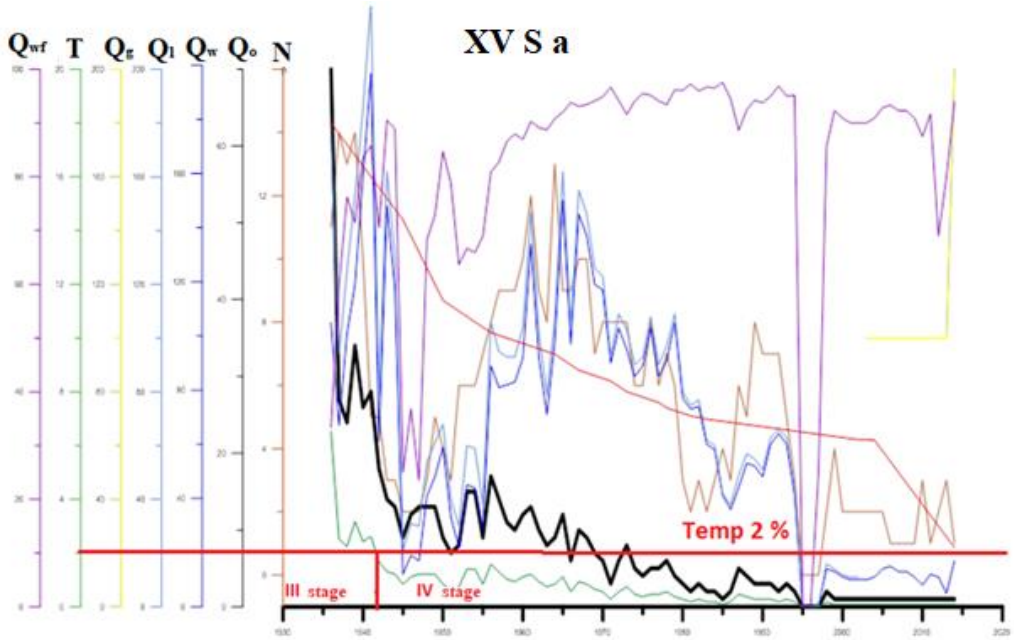


Figure 3. Curves of exploitation

Reservoir pressure dropped sharply compared to the initial periods and decreased from 12.9 MPa to 2.9 MPa. One of the main reasons for this is the impossibility of pumping water into the reservoir.

According to information from 1942 to the present, the “XV S a” object is characterized by the IV stage of development. According to 1942 data, the number of wells is 5, the annual oil production

is 18 thousand tons, the total liquid production is 79 thousand tons. In 1952, the number of wells began to increase to 6, and since 1968 their number has decreased again, and in 1995, the development of wells from this horizon was completely stopped. Wells were later drilled again, currently only one well is operating from this horizon. Despite the dense grid of wells, this did not affect the pace in any way. Between 1942 and 1952, the annual oil production dropped from 12,000 tons to 8,000 tons. Due to the drilling of new wells in 1956, this figure increased to 17 thousand tons. At present, the total volume is 1 thousand tons (fig. 3).

Reservoir pressure dropped sharply from 13.8 MPa to 3.1 MPa compared to the initial periods. One of the main reasons for this is that no water is injected into the reservoir [5].

The above analysis of the operation process of the Bibieibat field allows us to identify some features of the operation process. In the section of the field, the oil-bearing of the layers is noted, starting from the I + II horizon of the productive formation and reaching the Kirmaki suite. The intensive production process carried out at the field has led to the realization of the resources of the exploitation objects at different levels.

Studying the difference between current oil rates

As mentioned above, the horizons at the Bibieibat field were put into operation at different times. In addition, if in the horizon “XIV suite” the development process was carried out intensively with a dense grid of wells, then in the horizon “XV layer” the number of wells was small, and the well network was sparse. Under such conditions, the factors that positively and negatively affect the flow of the liquid were studied. It has been established that the geological diversity of the second object is sharp in area and section, while the geological diversity of the first is not sharp. Since the permeability, porosity and other geological parameters of the rocks in the horizon “XIV suite” are good compared to the horizon “XV layer”, the hydrodynamic parameters of this horizon are high. Thus, if weak forms of fluid flow are detected over the area of the horizin “XV suite”, then in the horizon of the “XIV layer”, on the contrary, an active fluid flow is detected over the area as a result of the active layer regime [6].

As a result of the studies, it was found that the production volume of the horizon “XV layer” weakly depends on the number of wells. So, here the value of the correlation coefficient of the horizon “XV layer” is 0.5. In the horizon “XIV suite”, on the contrary, the number of wells is determined more sharply than the volume of oil production. So, the value of the correlation coefficient is 0.71.

Horizon “XV layer” has been in operation since 1928. An increase in the number of wells operated did not have a significant impact on the increase in annual oil production. The horizon “XIV suite” has been developed since 1914, and the increase in the number of operating wells has had a serious impact on annual oil production [7].

The graphs below show the relationship between production wells and annual oil production for given horizons (fig. 4, 5).

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

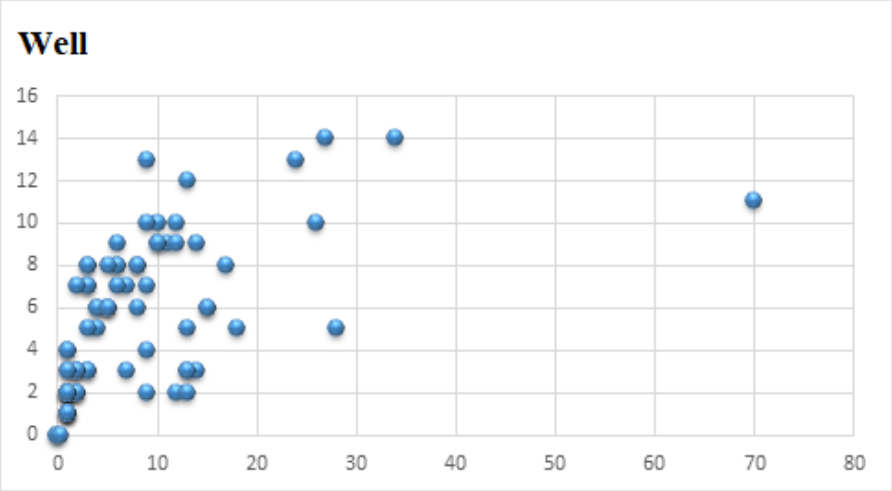


Figure 4. "XV layer" horizon

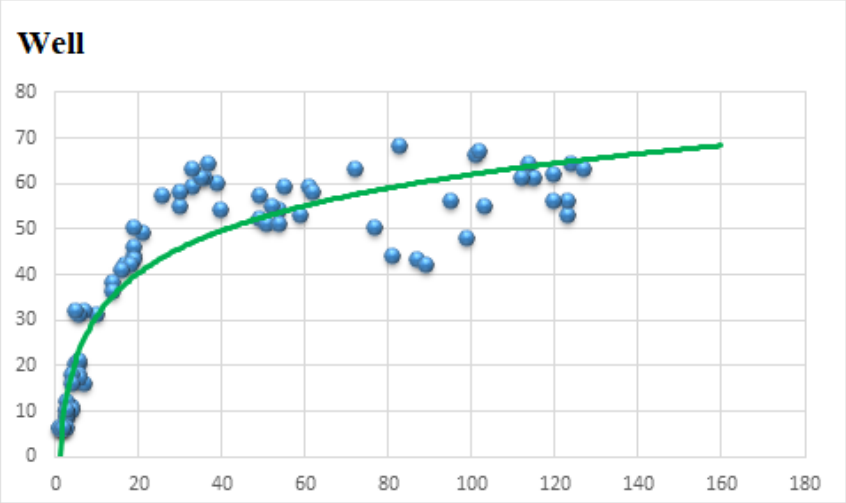


Figure 5. "XIV suite" horizon

Conclusion

The possibility of increasing the final oil recovery factor through the use of new methods of enhanced oil recovery was studied and it was found that when using the water-gas mixture method for the horizon "XIV suite", the final oil recovery can be increased by 5-6% and an additional 201-241 thousand tons of oil, while using the micellar method we get 8-15% of the effect from additional production.

As for the technological reasons for the difference in current oil recovery factors for reservoir objects, this is primarily due to the number of drilled production wells, which is 3 times more in the first horizon than in the second. Due to geological reasons, the reservoir properties of the first horizon are better than those of the second horizon, as well as the energy of the gas dissolved in

oil during the development of the “XIV suite” horizon, the movement of the waters of the outer contour (elastic-water-pressure mode) was stronger compared to the “XV layer” horizon ". In general, the difference between current oil production rates is a factor due to geological reasons, as well as technological reasons during development.

REFERENCE

1. Bagirov B. A. “Geology of oil and gas production”, ADNA, 2010.
2. Rules for the preparation of technical projects for the development of hydrocarbon deposits. Approved on September 20, 2019 by the Ministry of Natural Resources of Russia (Ministry of Natural Resources and Ecology of the Russian Federation) (Order No. 639). M., 2019.
3. Melkishev O.A., Galkin V.I., Galkin S.V., Gurbanov V.Sh., Koshkin K.A. Application of cluster analysis in assessing the density of initial total oil resources of highly studied territories. SOCAR Proceedings Scientific works of NIPI Neftegaz SOCAR. 2018. No. 3. P. 16–23.
4. Kovalevsky S.A. Leading section of Bibiheybat. 1927, 7 p.
5. Galkin S.V., Poplygin V.V. Designing the development of oil fields: textbook-method. allowance. Perm: Publishing House Perm. NRPU, 2017. 130 p.
6. Leutina E.A. Cost-effectiveness of steam-heat stimulation of the formation to enhance oil recovery (Cost-effectiveness of steam-heat stimulation of the formation to enhance oil recovery) Gubkin Russian State University of Oil and Gas. Collection of abstracts of the 69th international youth scientific conference (Volume 3), OIL AND GAS, Moscow, 2015 p.118.
7. Karpova O.M., Ganiev B.G., Gumarov N.F. On the use of hydraulic fracturing in the production well stock at the late stage of development of the Romashkinskoye field. STJ Georesources, 2012, p. 51.
8. V.M. Troitsky, B.A. Grigoriev, S.G. Rassokhin, A.F. Sokolov, A.L. Kovalev, I.Yu. Korchazhkina, E.L. Fomin, A.V. Mizin, V.P. Vankov. Application of physical and mathematical modeling methods to assess the effectiveness of the use of water-gas treatment technology at the Chayandinskoye oil and gas condensate field. Scientific and technical collection. 2018, Page 140-150.

РЕЗУЛЬТАТЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ БАЛАХАНСКОЙ СВИТЫ (НА ПРИМЕРЕ БИБИЭЙБАТСКОГО МЕСТОРОЖДЕНИЯ)

Фуад Магеррамов [1], Шура Ганбарова[2] Рустам Мамедов[3]
[1,2,3]АГНПУ, Геолого-разведочный факультет, кафедры “Геология нефти и газа”,
[1]досент, fuadabid@mail.ru
[2]преподаватель, qanbarovanicat@mail.ru
[3]магистрант, rustemmemmedov116@gmail.com

РЕЗЮМЕ

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Статья посвящена пути эффективной разработки пластов давно эксплуатируемого Бибиэйбатского месторождения, расположенного на Абшеронском полуострове. При этом также были исследованы вопросы нефтегазоносности, литологии и коллекторские свойства по плану развития объектов эксплуатации. Несмотря на то, что это месторождение давно эксплуатируется, остаточных запасов еще достаточно в нем. Величина остаточных ресурсов этих месторождений создает основу для получения из них высокого уровня добычи в будущем. В статье отражены вопросы применения новых методов повышения нефтеотдачи пластов.
Кривые развития были построены для систематизации фактических данных, полученных для фундаментального анализа развития.
Ключевые слова: разработка, свита, горизонт, остаточные ресурсы, кривые разработки, месторождения нефти и газа.

BALAXANI LAY DƏSTƏSİNİN İSTİSMAR OBYEKTLƏRİNİN MÜQAYİSƏLİ TƏHLİLİNİN NƏTİCƏLƏRİ (BİBİƏYBƏT YATAĞI TİMSALINDA)

Fuad Məhərrəmov[1], Şura Qənbərova[2],Püstəm Məmmədov[3]
[1,2,3]ADNSU, Geoloji-kəşfiyyat fakültəsi,[1,2,3]"Neft-qaz geologiyası" kafedrası,
[1]dosent, fuadabid@mail.ru
[2]müəllim, qanbarovanicat@mail.ru
[3]magistrant, rustemmemmedov116@gmail.com

XÜLASƏ

Məqalədə Abşeron yarımadasında yerləşən uzun müddət istismar olunan Bibiheybət yatağının lay dəstələrinin işlənilməsinin səmərəli aparılması yollarına həsr olunmuşdur.
Eyni zamanda istismar obyektlərinin işlənmə planı üzrə neft-qazlılığı,litologiyası, kollektorluq xüsusiyyətləri məsələləri də araşdırılmışdır. Bu yatağın uzun müddət istismar olunmasına baxmayaraq burada hələ də kifayət qədər qalıq ehtiyatlar mövcuddur. Bu yataqlarda olan qalıq ehtiyatların cəmi onlardan gələcəkdə də yüksək səviyyədə hasilat əldə ediləcəyinə zəmin yaradır. Burada layların neftveriminin artırılmasında yeni üsulların tətbiqi məsələləri öz əksini tapmışdır.
İşlənməni əsaslı təhlil etmək, əldə edilmiş faktiki məlumatları sistemləşdirmək üçün işlənmə əyriləri tərtib olunmuşdur.
Açar sözlər: işlənmə, lay dəstəsi, horizont, qalıq ehtiyatlar, işlənmə əyriləri, neft və qaz yataqları.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-421

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
430-438

COMPARATIVE STUDY OF STRUCTURAL AND MECHANICAL CHARACTERISTICS OF TEA PRODUCTS PRODUCED IN AZERBAIJAN WITH STANDARDS

Ogtay Novruzlu[1], Gulnara Mammadova[2]
[1,2]Azerbaijan State University of Economics, [1]International Magistrate And Doctorate Center (IMDC),
[2]The Department of "Engineering and Applied Sciences"
[1]graduate student, E-mail: oqtay.novruzlu0@gmail.com
[2]PhD in technology, lecturer, E-mail: gulnara.ali63@gmail.com

ABSTRACT

Nowadays being the most consumed type of drink, studying the structural and mechanical characteristics of tea is of great importance. In this sense, the purpose of the study was to investigate the intensity and variety of extractive substances when exposed to water at high temperature from the point of view of organoleptic and physico-chemical analysis and expertise methods.

First of all, tea leaves and their products were recorded according to the numbers of extractive substances, average particle sizes, density and the results of organoleptic evaluations in four various types. Raster Electron Microscopic (REM) images were used in the research process. The relevance of the topic is that tea, which is the most requested kind of drink after coming water, can be found in some cases with improper brewing, which has a profound impact on person's health and regular basis nutrition.

According to the characteristics of the tea leaf, it is recorded that it is not isotropic. At the same time, it was observed that the myriad number of extractive substances in the technological processing of tea leaves are more likely tend to enter the leaves from the directions where they face the least resistance, which are called stomata. The opening and closing of the stomata is explained with reference to physical principles. It is opened and closed as a result of pressure difference. In order for stomata to open and to close requires water input and water output them. Therefore, water is produced in reactions that open stomata or water enters from neighboring cells. In a similar form, in a closed medium, water-consuming reactions also occur.

The tea plant produces glucose through photosynthesis, which increases the internal pressure of the cell. Due to this fact, water passes from the neighboring cells to the stomata and the external pressure of the stoma increases. As a result, the thin outer wall swells and thus the stoma opens.

Another origin for the opening is related to the density of CO_2. CO_2 shows acidity characteristics, that is, it increases as it decreases. This condition causes the activation of enzymes that convert starch into glucose. As a result, the cycles mentioned above happen again in order. The role of temperature and wind also play an integral role. Their increase to a certain level leads to the opening of stomata and increased sweating. However, the opposite process can also occur: an extreme rise in temperature and wind causes the stomata to close.

The porous capillary structure was studied in detail in the research work. It was found that water absorption and subsequent removal (extraction) depends on the size of the capillaries of the porous body. It was found that there is an arithmetical dependence between the radius of the transition pores and the release of extractives and the absorption of water.

On the other hand, for the analysis of the obtained REM images, modern computer software developed for testing purposes based on the C# programming language interface was used. By examining the obtained peaks, it was possible to draw up appropriate regression and correlation dependencies.
The decrease in diffusion coefficients was proportional to the change in the particle size of tea products, and hence, the absorption time was shortened. As the relative surface area of the tea particles tends to increase, the pore length and, directly related to this, the possibility of protuberant pores are reduced and ultimately the release of extractives is facilitated.
Keywords: tea leaf, extractive substances, organoleptic analysis

AZƏRBAYCANDA İSTEHSAL OLUNAN ÇAY MƏHSULLARININ STRUKTUR VƏ MEXANİKİ XÜSUSİYYƏTLƏRİNİN STANDARTLARLA MÜQAYİSƏLİ TƏDQİQİ

Oqtay Novruzlu[1], Gülnarə Məmmədova[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1]Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzi [2]"Mühəndislik və tətbiqi elmlər" kafedrası,
[1]magistr, E-mail: oqtay.novruzlu0@gmail.com
[2]t.f.d., b/m. E-mail: gulnara.ali63@gmail.com

XÜLASƏ

Hazırki dövrdə ən çox istehlak edilən içki növü olmaqla çayın struktur və mexaniki xarakteristikalarının tədqiqi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Burada yüksək temperaturda su ilə təsirə məruz qaldıqda ekstraktiv maddələrin dəyişmə intensivliyi və müxtəlifliyi orqanoleptik və fiziki-kimyəvi analiz və ekspertiza üsulları nöqteyi-nəzərdən öyrənilməsi işin məqsədini təşkil etmişdir.
Seçilmiş dörd fərqli tipdə çay yarpağı və məhsulunun əvvəlcə tərkibində olan ekstraktiv maddələr, hissəciklərin orta ölçüləri, sıxlıq və orqanoleptik qiymətləndirmələrinin nəticələri qeyd edilmişdir. Tədqiqat prosesində Rastr Elektron Mikroskopik (REM) təsvirlər əsas götürülmüşdür. Mövzunun aktuallığı ondan ibarətdir ki, sudan sonra ən çox müraciət edilən içki çeşidi olan çayın bəzi hallarda yanlış dəmlənməsi ilə insanın sağlamlığına və qidalanma rejiminə ciddi forma təsir göstərə biləcək hallarla rastlaşılır.
Çay yarpağının xarakteristikalarına görə izotropik olmaması qeydə alınmışdır. Eyni zamanda müşahidə edilmişdir ki, çay yarpağının texnoloji emal prosesində bir çox ekstraktiv maddələr yarpağın daxilinə ən az müqavimətlə qarşılaşdıqları istiqamətlərdən daxil olmağa meyil göstərirlər ki, bu hissələr stoma adlanır. Stomanın açılması və bağlanması fiziki prinsiplərə istinadən izah edilir. Açılıb və bağlanma təzyiq differensasiyası nəticəsində baş verir. Stomaların açılması üçün su girişinə və onların qapanması üçün su çıxışına ehtiyac duyulur. Buna görə də stomaları açan reaksiyalarda su əmələ gəlir və ya qonşu hüceyrələrdən su daxil olur. Bənzər formada, qapalı vəziyyətdə, su sərf edən reaksiyalar da baş verir.
Çay bitkisi fotosintez nəticəsində qlükoza istehsal edir və bu, hüceyrənin daxili təzyiqini artırır. Bunun hesabına su qonşu hüceyrələrdən stomata keçir. Stomanın xarici təzyiqi artır. Nəticədə nazik xarici divar şişir və beləliklə stoma açılır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Açılmanın başqa bir səbəbi isə CO_2-nin sıxlığı ilə əlaqədardır. CO_2 turşuluq xüsusiyyətlər göstərir, yəni azaldıqca artır. Bu vəziyyət nişastanı qlükozaya çevirən fermentlərin aktivləşməsinə səbəb olur. Nəticədə yuxarıda qeyd edilən tsikllər yenidən ardıcıl olaraq baş verir.Temperaturun və küləyin də rolu xüsusi önəm kəsb edən faktorlardandır. Onların müəyyən bir səviyyəyə qədər artması stomatanın açılmasına və tərləmənin artmasına səbəb olur. Buna baaxmayaraq əksi proses də baş verə bilir: temperaturun və küləyin həddindən artıq artması stomanın bağlanmasına səbəb olur.

Tədqiqat işində məsaməli kapilyar quruluş ətraflı öyrənilmişdir. Məlum olmuşdur ki, suyun udulması və nəticədə sonrakı çıxarılması (ekstraksiyası) məsaməli cismin kapilyarlarının ölçüsündən asılıdır. Keçid məsamələrinin radiusu ilə ekstraksiya edən maddələrin buraxılması və suyun udulması arasında arifmetik asılılığın olduğu aşkar edilmişdir.

Digər tərəfdən, alınmış REM təsvirlərinin analizi üçün C# proqramlaşdırma dilinin interfeysi əsasında sınaq məqsədilə işlənib hazırlanmış müasir kompüter- proqram təminatından istifadə edilmişdir. Alınan piklərin araşdırılması ilə müvafiq reqressiya və korrelyasiya asılılıqların tərtibi mümkün olmuşdur.

Çay məhsullarının hissəcik ölçüsünün dəyişməsi ilə diffuziya əmsalları azalması mütənasiblik təşkil etmişdir və nəticədə hopdurulma müddəti qısalmışdır. Çay hissəciklərinin nisbi səthinin artması tendensiyası ilə məsamələrin uzunluğu və bununla birbaşa əlaqəli olaraq çıxıntılı məsamələrin olma ehtimalı azalmışdır və yekun nəticə olaraq ekstraktiv maddələrin sərbəst buraxılması asanlaşdırmışdır.

Açar sözlər: çay yarpağı, ekstraktiv maddələr, orqanoleptik qiymətləndirmə

Giriş

Quru çay dəmlənərkən isti suya keçən keçən maddələr kompleksinin birləşməsi onun insan orqanizminə müəyyən fizioloji təsir göstərə bilən ən çox istehlak edilən içkilərdən biri kimi qida dəyərini ortaya qoyur. Buna görə də, çayın həll olunan maddələri asanlıqla ekstraktlaşdırılmalıdır ki, bu da çoxsaylı amillər arasında səpələnmiş təbəqənin struktur və mexaniki xüsusiyyətlərindən və dəmlənən maddənin ayrı-ayrı hissəciklərindən təsirlənir.

Çay yarpağının texnoloji emalı və yarımfabrikatın çeşidlənməsi nəticəsində fiziki-mexaniki və kimyəvi-orqanoleptik xüsusiyyətlərinə görə fərqlənən müvafiq növ məhsulun bir neçə fraksiyaları əmələ gəlir.

Bir neçə fərdi fraksiyaların xüsusiyyətləri cədvəl 1-də göstərilmişdir[1]:

Cədvəl 1. Çay fraksiyalarının xüsusiyyətləri.

Qara çay məhsulları	Ekstraksiya maddələri,%	Orta hissəcik ölçüsü, mm	Kütləvi sıxlıq, kq/m^3	Titester (dequstator) qiymətləndirməsi	
				bal	infuziya
Uzunyarpaqlı L2	30.5	4,0 × 2,0 × 0,25	205	2.6	Orta, şəffaf
Xırda M2	28.0	1,9 × 2,2 × 0,24	250	2.4	İntensiv, şəffaf
Zoğ	27.6	2,3 × 1,4 × 0,19	285	2.15	Tünd, daha az şəffaf
Tumurcuq	26.2	1,7 × 0,1 × 0,012	390	1.7	Tünd, daha az şəffaf

Məqsəd

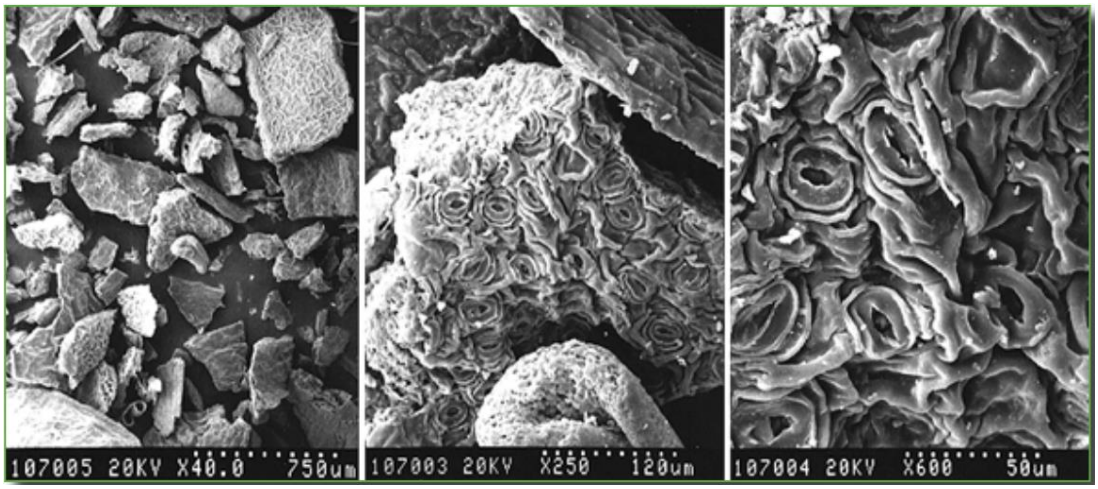
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Məqalə ölkəmizdə geniş çeşiddə istehsal olunan çay məhsullarının struktur və mexaniki göstəricilərinin beynəlxalq və dövlətlərarası standartların tələblərinə uyğun olmasının ətraflı öyrənilməsi məqsədinin daşıyır.

Metodlar

Tədqiqatın gedişində kütləvi sıxlıq QOST 11035– 64-ə uyğun olaraq təyin olunmuş, hissəciklərin ölçüləri "Hitaçi S- 800" markalı mikroskopunda (Yaponiya istehsalı) rastr elektron mikroskopik (REM) təsvirlərdən müəyyən edilmiş, ekstraktiv maddələr sabit çəkidə qurudulmaqla tədqiq olunmuşdur. Piknometrik üsulla (QOST 5180–84 "kerosinlə hopdurma") müəyyən etdiyimiz çay məhsullarının maddi hissəciklərinin faktiki sıxlığı orta hesabla 1200 kq/m^3 təşkil edir. Bütün ölçmələr etimad ehtimalı P = 0.99 şərti ilə 10 dəfə təkrarlanmışdır.

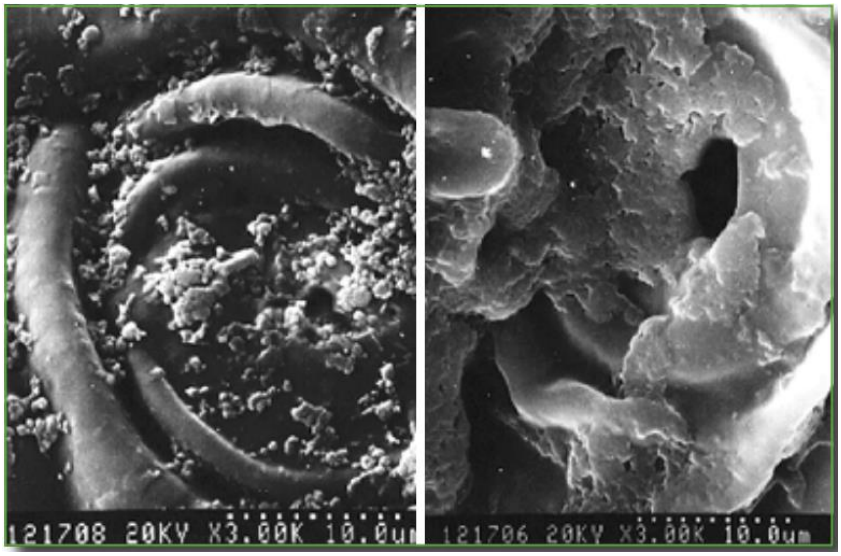
Çay məhsullarının nazik dispers növlərinin qarışığının REM şəkilləri - şəkil 1-də əks olunmuşdur [2]. Şəkildən göründüyü kimi, kiçik ölçülü çay növləri daha çox plastik formaları ilə təmsil olunur.



Şəkil 1. Çay hissəciklərinin REM şəkilləri

Maraqlıdır ki, canlı çay yarpağının səthi öz xüsusiyyətlərinə görə izotropik deyildir. Nəm keçiriciləri 1 mm^2 sahədə 125-dən 222-yə qədər miqdarında yalnız aşağı tərəfində yerləşir. Onlar çay məhsullarının hissəciklərindən də aydın şəkildə fərqlənirlər. Dərinləşən kapilyarın ən kiçik şərti diametri məhsul hissəciklərinin qalınlığından xeyli azdır. Canlı yarpağın yuxarı tərəfi su və buxarı çətin keçirən epidermal hüceyrələrinin davamlı təbəqəsi ilə örtülmüşdür. Hazır məhsulda yarpağın bu tərəfi o qədər də hamar deyil və parçalanmış hüceyrələrə baxmayaraq, təbəqənin üzərində qalınlığına doğru dərinləşən çatlar yoxdur. Uzunlamasına damarlar aydın görünür. Məhsulda damarların istiqamətinə enən tərəflər və yarpağın aşağı hissəsi məsaməli strukturlarla təmsil olunur. Bundan başqa, üstlüklərdə və onların yerləşdiyi məhsul hissəciklərinin tərəfində ekstraktiv maddələrin qurudulmuş çöküntüləri aydın nəzərə çarpır (şəkil 2).

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Şəkil 2. Stoma və onların ətrafının REM şəkilləri

Məhsul hissəciklərinin əks tərəfində bu cür yığınlar əhəmiyyətsizdir. Ehtimal olunur ki, texnoloji emal zamanı çay yarpağı hüceyrələri sıxıldıqda ekstraktiv maddələr yarpağın səthinə ən az müqavimət göstərən tərəfdən - stoma vasitəsilə buraxılır. Buna görə də çay dəmləməsinin birinci mərhələsində ekstraktiv maddələrin suya keçidi onların səthdən yuyulması və həll edilməsi hesabına həyata keçirilir, yalnız bundan sonra su hissəciklərin dərinliklərinə nüfuz edir. Aydındır ki, bu vəziyyətdə suyun kapilyar udulması, məlum fenomenə görə materialın ən kobud və məsaməli tərəflərindən- lifli səthlərin düzgünlüyünün artması ilə islatma bucağının azalması hesabına həyata keçiriləcəkdir. Üstəlik, stoma kapilyarlarını əyilmiş açıq hesab etmək olar, çünki hissəciklərin ucları ilə kəsilmiş kapilyarlar, su buxarı və qazların canlı yarpaqdakı stoma hərəkət etdiyi hüceyrələrarası boşluqların bir-birinə bağlı şəbəkəsinin stomatal kapilyarlarına birləşir. Lakin yarpağın məhsulda stomalara qarşı tərəfi hüceyrələrarası boşluqlar şəbəkəsinə qədər zədələnirsə, qurudulmuş məhsulun qalınlığına şərti olaraq ölçülən stoma mənşəli kapilyarların hesabına hopdurulma (qidalanma) asanlaşacaqdır.

Məlumdur ki, suyun udulması və nəticədə sonrakı çıxarılması (ekstraksiyası) məsaməli cismin kapilyarlarının ölçüsündən asılıdır. Məsaməlilik- materialın mühüm struktur xüsusiyyətidir. Məsamələrin doldurulma dərəcəsi onların orta radiusunun ölçüsünə birbaşa mütənasibdir və doldurulma müddəti aşağıdakı asılılıqla ifadə edilir:

$$T = \frac{2l^2\tau}{\delta \cos\alpha \, r_{max}},$$

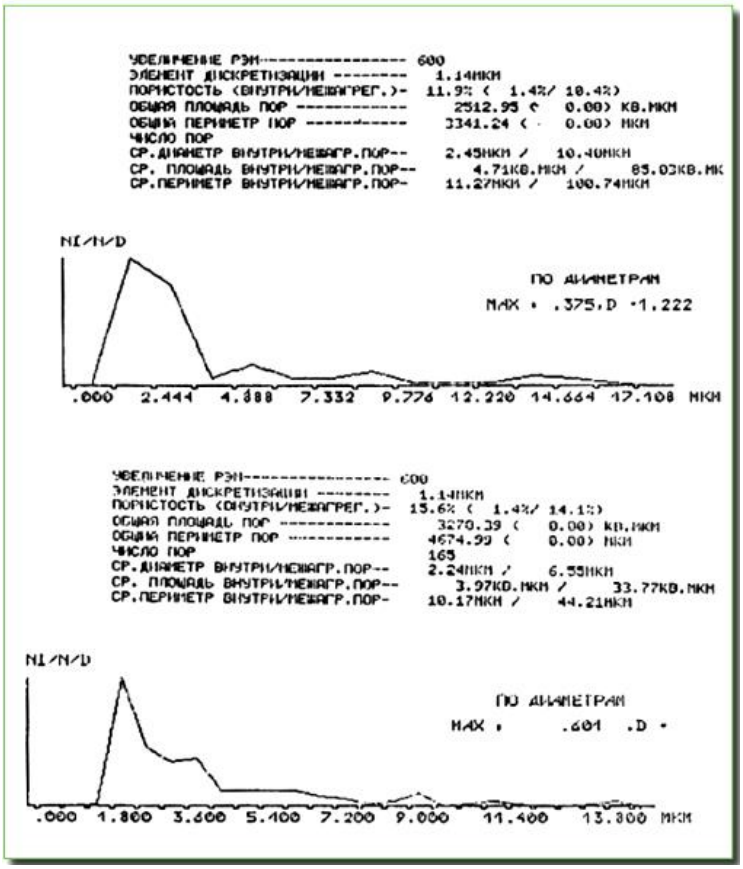
burada, l-kapilyar uzunluğu, τ- ekstraksiya edən mayenin özlülük dərəcəsi, δ- mayenin səthi gərginliyi, α– meyl bucağı, r_{max}- böyük məsamə radius.

Keçid məsamələrinin radiusu nə qədər böyükdürsə və uzunluğu nə qədər qısa olarsa, çay dəmləmə zamanı suyun udulması və ekstraktiv maddələrin buraxılması bir o qədər tez baş verir.

Qapalı ucu olan çıxıntılı kapilyarlar üçün mayenin onlara daxil olması havanın sıxılması ilə müşayiət olunur, kapilyar təzyiq nə qədər çox olarsa və ya kapilyar ölçüsü nə qədər kiçik olarsa

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

məsamə radiusu bir o qədər azalır. Əgər kapillyarın radiusu 0,1 mkm-dən azdırsa-mikroməsamələr, onda çıxıntılı kapilyar sürətlə maye ilə doldurulur. Əgər radius 0,1 mkm-makroməsamədən böyük olarsa, tam doldurma vaxtı çox ola bilər. Buna görə də çay hissəciklərinin daxili məsaməliliyini təyin etmək üçün aparatın kompüter proqramından istifadə etməklə onların REM təsvirlərinin avtomatik təhlili aparılmışdır (şək. 3) [3].



Şəkil 3. Çay hissəciklərinin REM təsvirinin emalının nəticələri

Çay məhsullarının hissəciklərinin məsaməliliyi 11,9-15,6% arasındadır və orta radiusa görə onlar makroməsamələrə aiddir və əgər onlar çıxıntılı olarsa, onda onların doldurulması tez baş verməyəcək ki, bu da çay üçün arzuolunmazdır.
Hissəciklərin məsaməliliyinin əldə edilmiş göstəriciləri onların öz sıxlığını hesablamağa imkan verir:

$$\rho_c = \rho_m(1-\varepsilon_c),$$

burada ρ_m hissəciklərin materialının sıxlığı, ε_c onların məsaməliliyidir.
Orta hesabla hissəciklərin sıxlığını 1047–1237 kq/m^3-ə bərabər hesab etmək olar. Beləliklə, dəmləmək üçün çaydana tökülən hissəciklər təbəqəsinin məsaməliliyi:

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

$$\varepsilon_p = 1 - \frac{\rho_{cl}}{\rho_c},$$

burada, ρ_{cl}-təbəqənin kütləvi sıxlığı, bu göstərici iri çay növləri üçün 0,75, xırda növlər üçün isə 0,58-dir. Bu verilənlərə əsasən təbəqədəki hissəciklərin sayını təxminən müəyyən etmək də mümkündür. Qaynar su kütlənin üzərinə tökülərsə, çay yarpaqlarının səthinə asanlıqla nüfuz edir. Bununla belə, çay qaynar suya tökülərsə, hissəciklərin yuyulması üçün müəyyən bir az vaxt lazım gəlir, çünki təbəqəyə hopdurulma onun məsaməliliyi 0,45-dən çox olduğu üçün kapilyar hopdurma qüvvələri ilə əlaqəli olmayacaqdır.

Nəticə

Müəyyən edilmişdir ki, çay məhsullarının hissəcik ölçüsünün azalması ilə diffuziya əmsalları azalır və hopdurulma müddəti qısalır. İncə səpələnmiş çay növləri (parçalar, qırıntılar) aşağı diffuziya əmsalları ilə fərqləndirilsə də, Furye diffuziya əmsallarının ən yüksək dəyərləri ilə xarakterizə olunur. Bu, çox güman ki, onların məsaməliliyinin təxminən bərabər göstəricilərindən, eləcə də məsamələrin paylanmasının anizotropiyasından asılı olmayaraq, hissəciklərin ölçüsündən asılı olaraq sərbəst əyri məsaməli məkanın uzunluğunda və vəziyyətində əhəmiyyətli fərqlərlə bağlıdır. Çay hissəciklərinin nisbi səthinin artması ilə məsamələrin uzunluğu və çıxıntılı məsamələrin olma ehtimalı azalır və ekstraktiv maddələrin sərbəst buraxılması asanlaşdırılır. Bununla belə, dəmləmələrin bulanıqlığını aradan qaldırmaq üçün incə dispersli çay növlərinin əlavə emalına ehtiyac var.

Bizim tədqiqatın gedişatında əldə etdiyimiz çay hissəciklərinin xüsusiyyətləri çay məhsullarının istehsalı üçün yeni texnologiyaların təkmilləşdirilməsi və inkişafı üçün ilkin parametrlər kimi istifadə edilə bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Frolov Yu. Q. Kurs kolloidnoy ximii. Poverxnostnie yavlenie i dispersnye sistemi.— M.: Ximiya, 1989.
2. Plachenov T. G., Kolesentsev S. D. Porometria.- L .: Ximiya, 1988.
3. Vinnitskaya, V.F. Proizvodstvenno-biokhimicheskaya otsenka plodov i list'yev oblepikhi dlya proizvodstva funktsional'nykh produktov pitaniya -Vestnik Michurinskogo gosudar stvennogo agrarnogo universiteta.- 2012.- № 1-1.- S. 234-236.
4. Yeliseyeva, L.G. Tovarovedeniye i ekspertiza prodovol'stvennykh tovarov: uchebnik / L.G. Yeliseyeva. - M.: MTSFER, 2006. - 800 s.
5. Nikolayeva, M.A. Teoreticheskiye osnovy tovarovedeniya: uchebnik. M.A. Nikolayeva. - M.: Norma, 2007. - 448 s.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРНО-МЕХАНИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧАЙНЫХ ПРОДУКТОВ, ПРОИЗВОДИМЫХ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ, С СТАНДАРТАМИ

Огтай Новрузлу[1], Гюльнара Мамедова[2]
[1,2]Азербайджанский государственный экономический университет,
[1]Международный Центр Магистратуры и Докторантуры, [2]Кафедра «Инженерия и прикладные науки»
[1]магистр, E-mail: oqtay.novruzlu0@gmail.com
[2]д.ф.тех., пр., E-mail: gulnara.ali63@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Изучение структурно-механических характеристик чая, являющегося наиболее потребляемым видом напитка в настоящее время, имеет большое значение. Здесь целью исследования было изучение интенсивности и разнообразия экстрактивных веществ при воздействии воды при высокой температуре с точки зрения органолептического и физико-химического анализа и методов экспертизы.

Были зафиксированы результаты экстрактивных веществ, средних размеров частиц, плотности и органолептических оценок четырех различных видов чайного листа и продуктов из них. В процессе исследования использовались растровые электронно-микроскопические (РЭМ) изображения. Актуальность темы заключается в том, что чай, являющийся самым востребованным видом напитка после воды, в ряде случаев встречается при неправильном заваривании, что может серьезно сказаться на здоровье и питании человека.

По характеристике чайного листа зафиксировано, что он не изотропен. В то же время было замечено, что многие экстрактивные вещества при технологической обработке листьев чая имеют тенденцию поступать в листья с направлений, где они встречают наименьшее сопротивление, которые называются устьицами. Открытие и закрытие стомы объясняется со ссылкой на физические принципы. Он открывается и закрывается в результате перепада давления. Устьицам требуется вход воды, чтобы открыться, и выход воды, чтобы закрыть их. Поэтому вода вырабатывается в реакциях открывания устьиц или поступления воды из соседних клеток. В подобном виде в закрытом состоянии также происходят водопотребляющие реакции.

Чайное растение производит глюкозу посредством фотосинтеза, что увеличивает внутреннее давление в клетке. Благодаря этому вода переходит из соседних клеток к устьицам. Внешнее давление стомы увеличивается. В результате тонкая наружная стенка набухает, и стома открывается.

Другая причина открытия связана с плотностью CO_2. CO_2 проявляет характеристики кислотности, то есть увеличивается при снижении. Это состояние вызывает активацию ферментов, которые превращают крахмал в глюкозу. В результате циклы, упомянутые выше, повторяются последовательно.Роль температуры и ветра также являются важными факторами. Их увеличение до определенного уровня приводит к открытию устьиц и повышенному потоотделению. Однако может происходить и обратный процесс: резкое повышение температуры и ветер заставляют устьица закрываться.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

В исследовательской работе детально изучена пористая капиллярная структура. Установлено, что водопоглощение и последующее удаление (экстракция) зависят от размера капилляров пористого тела. Установлено, что существует арифметическая зависимость между радиусом переходных пор и выходом экстрактивных веществ и поглощением воды.

С другой стороны, для анализа полученных РЭМ-изображений использовалось современное компьютерное программное обеспечение, разработанное для целей тестирования на основе интерфейса языка программирования C#. Изучив полученные пики, удалось построить соответствующие регрессионные и корреляционные зависимости

Снижение коэффициентов диффузии было пропорционально изменению размера частиц чайных продуктов, в результате чего сокращалось время абсорбции. Поскольку относительная площадь поверхности частиц чая имеет тенденцию к увеличению, длина пор и, непосредственно связанная с этим, возможность образования выпуклых пор уменьшаются, что в конечном итоге способствует выделению экстрактивных веществ.

Ключевые слова: чайный лист, экстрактивные вещества, органолептическая оценка

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-430

E-ISSN: 2674-5224
439-446 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

STUDY OF THE QUALITY OF THE PROCESS OF ACCREDITATION OF SERVICE FACILITIES

Maleyka Sehranova[1], Kamala Dadashova[2]
[1,2]Azerbaijan State University of Economics, [1]International Magistrate And Doctorate Center (IMDC),
[2]The Department of "Engineering and Applied Sciences"
[1]graduate student, meleykesehran@gmail.com
[2]PhD in Econ., senior lecturer, kamale.dadasheva.74@mail.ru

ABSTRACT

At present, accreditation is a procedure for confirmation of competences. International standards provide for the accreditation process and uniform requirements for accredited specialists. Accreditation criteria confirm that service facilities are ready to perform conformity assessment work.

The accreditation criteria of testing laboratories are regulated by the ISO/IEC 17025-2019 standard as a research method. These criterias are in accordance with ISO 9001. The main requirements are defined in these documents, and they are divided into three groups: 1. Compliance with technical equipment and environmental requirements; 2. Requirements for the staff and structure of the testing laboratory; 3. Requirements for the existence of a quality management system.

In the course of the research, it was determined that the testing laboratory must meet a number of accreditation criteria: 1. The existence of a quality management system and the compliance of the testing laboratory with the requirements of the quality management system; 2. Availability of normative legal acts, documents, including other documents specified in the field of accreditation, in the application for accreditation or in the field of standardization; 3. The presence of laboratory workers who directly perform work on the confirmation of conformity in the field of accreditation.

In general case, some requirements are imposed on the employees of testing laboratories. Such requirements include higher, secondary or additional professional education in the field of accreditation, at least three years of work experience in the field of accreditation.

The main purpose of implementing quality management systems in testing laboratories is to create the necessary conditions to obtain reliable information about the values of product quality and safety indicators and to assess the compliance of these indicators with the established standards.

In general, accreditation in the national accreditation system is carried out in order to ensure confidence in the results of conformity assessment and to create conditions for mutual recognition of this confidence by the countries that are trade partners of our country.

On the other hand, accreditation is based on some principles. These include: implementation of accreditation powers by the national accreditation body; powers of the national accreditation body; independence of the national accreditation body; ensuring the confidentiality of the information obtained in the accreditation process and using such information for certain purposes; the inadmissibility of creating obstacles to the activities of accredited specialists; ensuring uniformity of accreditation rules and equal conditions for service facilities; volunteering; impartiality; The inadmissibility of restrictions on the validity of accreditation in the territory of the Republic of Azerbaijan.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Additionally, if a testing laboratory does not meet the quality assessment criteria, it may lead to denial of accreditation or suspension of the laboratory. In some cases, an administrative fine may be imposed until non-conformities are eliminated.
Based on the study of the obtained results, it was determined that the accreditation procedure is a kind of guarantee of reliability and authority. As a result, accredited testing laboratories have greater credibility in the eyes of customers. This increases the competitiveness and attractiveness of the laboratory.
Keywords: accreditation system, accreditation, accreditation criteria, accreditation procedure.

XİDMƏT OBYEKTLƏRİNİN AKKREDİTLƏŞDİRİLMƏSİ PROSESİNİN KEYFİYYƏTİNİN TƏDQİQİ

Məleykə Sehranova[1], Kəmalə Dadaşova[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
[1]Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzi [2]"Mühəndislik və tətbiqi elmlər" kafedrası
[1]magistr, meleykesehran@gmail.com
[2]i.ü.f.d., dos. kamale.dadasheva.74@mail.ru

XÜLASƏ

Hazırki dövrdə akkreditləşdirmə səlahiyyətlərin təsdiqi prosedurudur. Beynəlxalq standartlarda akkreditləşdirmə prosesi və akkreditləşdirilmiş mütəxəssislər üçün vahid tələblər nəzərdə tutulmuşdur. Akkreditləşdirmə üzrə olan meyarlar xidmət obyektlərinin səlahiyyətlərinin uyğunluğa qiymətləndirilməsi işinlərini yerinə yetirməyə hazır olduğunu təsdiqləyir.
Sınaq laboratoriyalarının akkreditasiya meyarları tədqiqat metodu kimi ISO/IEC 17025-2019 standartı ilə tənzimlənir. Bu meyarlar ISO 9001-ə uyğundur. Burada əsas tələblər təyin olunur ki, onlar da üç qrupa bölünür: 1.Texniki avadanlığa və ekoloji tələblərə uyğunluq; 2. Sınaq laboratoriyasının işçi heyətinə və strukturuna tələblər; 3. Keyfiyyət idarəetmə sisteminin mövcudluğuna dair tələblər.
Tədqiqatın gedişində müəyyən edilmişdir ki, sınaq laboratoriyası bir sıra akkreditasiya meyarlarına cavab verməlidir: 1. Keyfiyyət idarəetmə sisteminin mövcudluğu və sınaq laboratoriyasının keyfiyyət idarəetmə sisteminin tələblərinə uyğunluğu; 2. Akkreditasiya haqqında ərizədə və ya standartlaşdırma sahəsində normativ hüquqi aktların, sənədlərin, o cümlədən akkreditasiya sahəsində göstərilən digər sənədlərin mövcudluğu; 3. Akkreditasiya sahəsində uyğunluğun təsdiqi üzrə işləri bilavasitə yerinə yetirən laboratoriya işçilərinin olması.
Ümumi halda, sınaq laboratoriyalarının işçilərinə bəzi tələblər qoyulur. Bu kimi tələblərə akkreditasiya sahəsi üzrə ali, orta ixtisas və ya əlavə peşə təhsili, akkreditasiya sahəsində uyğunluğun təsdiqi üzrə ən azı üç il iş təcrübəsi aiddir.
Sınaq laboratoriyalarında keyfiyyət idarəetmə sistemlərinin tətbiqinin əsas məqsədi məhsulun keyfiyyət və təhlükəsizlik göstəricilərinin dəyərləri haqqında etibarlı məlumat əldə etmək və bu göstəricilərin müəyyən edilmiş standartlara uyğunluğunu qiymətləndirmək üçün lazımi şəraitin yaradılmasından ibarətdir.

Ümumiyyətlə, milli akkreditləşdirmə sistemində akkreditləşdirmə uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələrinə inamı təmin etmək və bu inamın ölkəmizin ticarət əməkdaşları olan ölkələr tərəfindən qarşılıqlı tanınması üçün şərait yaratmaq məqsədilə həyata keçirilir.
Digər tərəfdən, akkreditləşdirmə bəzi prinsiplər əsasında həyata keçirilir. Bunlara aiddir: milli akkreditasiya orqanı tərəfindən akkreditləşdirmə səlahiyyətlərinin həyata keçirilməsi; milli akkreditasiya orqanının səlahiyyətləri; milli akkreditasiya orqanının müstəqilliyi; akkreditləşdirmə prosesində əldə olunmuş məlumatların məxfiliyinin təmin edilməsi və belə məlumatların müəyyən məqsədlər üçün istifadə edilməsi; akkreditə olunmuş mütəxəssislərin fəaliyyətlərinə maneələrin yaradılmasının yolverilməzliyi; akkreditləşdirmə qaydalarının vəhdətinin və xidmət obyektləri üçün bərabər şəraitin təmin edilməsi; könüllülük; qərəzsizlik; Azərbaycan Respublikasının ərazisində akkreditasiyanın etibarlığına məhdudiyyətlərin qoyulmasının yolverilməzliyi.
Həmçinin, sınaq laboratoriyası keyfiyyətin qiymətləndirilməsi meyarlarına cavab vermədikdə, bu, akkreditasiyadan imtinaya və ya laboratoriyanın fəaliyyətinin dayandırılmasına səbəb ola bilər. Bəzi hallarda uyğunsuzluqlar aradan qaldırılana qədər inzibati cərimə tətbiq edilə bilər.
Alınan nəticələrin tədqiqi əsasında müəyyən edilmişdir ki, akkreditləşdirmə proseduru bir növ etibarlılığın və səlahiyyətlərin təminatıdır. Nəticə etibarilə, akkreditə olunmuş sınaq laboratoriyaları müştərilərin gözündə daha böyük etibara malikdir. Bu da laboratoriyanın rəqabət qabiliyyətini və cəlbediciliyini artırır.
Açar sözlər: milli akkreditləşdirmə sistemi, akkreditləşdirmə, akkreditləşdirmə meyarları, akkreditləşdirmə proseduru

Giriş

Məhsul və xidmətlərin keyfiyyət və təhlükəsizlik tələblərinə uyğunluğunun qiymətləndirilməsi biznes və ticarətdə bazar münasibətlərini tənzimləyən əsas mexanizmlərdən biridir. Bura sınaq, ölçmə, tədqiqat, nəzarət, uyğunluğun qiymətləndirilməsi və s. daxildir. Laboratoriya sınaqlarının keyfiyyətini və etibarlılığını təmin edən əsas element akkreditləşmədir. O, sınaq laboratoriyalarının səlahiyyətlərinin rəsmi tanınmasını təmin edən qəbul edilmiş prosedurdur [1].
Hazırda uyğunluğun qiymətləndirilməsinin müxtəlif formaları geniş yayılmışdır. Bu da fəaliyyət sahəsində xidmət göstərən xidmət obyektlərinin sayının əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb olmuşdur. Akkreditləşdirmə, onların müəyyən meyarlardan istifadə etməklə səlahiyyət və qərəzsizlik səviyyəsini müəyyən etməyə kömək edir. Bu meyarlara əsasən uyğunluğun yoxlanılması prosedurundan keçmiş xidmət obyektlərinin fəaliyyətləri səlahiyyətli orqanlar tərəfindən yoxlanılır və qiymətləndirilir. Bu baxımdan akkreditləşdirmə texniki tənzimləmə sisteminin müasir və daha vacib elementi hesab edilir [2].

Məqsəd

Tədqiqatın məqsədi xidmət obyektlərinin akkreditləşdirilməsi prosesinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yollarını müəyyən etməkdən ibarətdir.

Xidmət obyektlərinin akkreditləşdirilməsinin əsas xüsusiyyətləri

Uyğunluğun qiymətləndirilməsi anlayışı “akkreditləşdirmə” olaraq ilk dəfə ötən əsrin əvvəllərində Avstriya-Macarıstanda tətbiq edilmişdir. Akkreditləşdirmə obyektlərinin və onlara qoyulan tələblərin təsdiqi qaydası qanunla müəyyən edilmişdir. “Akkreditləşdirmə” anlayışı 80-ci illərdən başlayaraq beynəlxalq texniki terminologiyada daha geniş yer almışdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

“Akreditləşdirmə” sözü latın sözləri olan “credere” və “dare” sözlərindən yaranıb, güvən vermək, etibar etmək mənalarını daşıyır.

Uyğunluğun qiymətləndirilməsi sahəsində tətbiq olunan "akkreditləşdirmə" anlayışının bir neçə izahı var, onlardan birincisi, akkreditləşmənin prosedur kimi qəbul edilməsidir, ikinci isə, səlahiyyətlərin rəsmi tanınması kimi qəbul edilməsidir.

Respublikamızda həm uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələrinə inamı təmin etmək məqsədilə, həm də ticarət tərəfdaşları olan dövlətlər tərəfindən bu inamın qarşılıqlı tanınmasına şərait yaratmaq üçün uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələri milli akkreditləşdirmə sistemində akkreditə olunur. Uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələrinə inamı təmin etmək və Azərbaycan Respublikasının ticarət tərəfdaşları olan dövlətlər tərəfindən qarşılıqlı tanınmasına şərait yaratmaq üçün uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələri milli akkreditasiya sistemində akkreditə olunur.

Milli akkreditləşdirmə sistemi dedikdə, hüquqi və fiziki şəxslərin səlahiyyətlərinin akkreditləşdirmə meyarlarına uyğunluğunun rəsmi təsdiq olunduğu orqan başa düşülür.

Milli akkreditləşdirmə sistemi öz səlahiyyətləri daxilində uyğunluğun qiymətləndirilməsində iştirak edən təşkilatların məcmusudur. Vahid akkreditləşdirmə orqanı və milli akkreditləşmə sisteminin yaradılması, ilk növbədə, uyğunluğun qiymətləndirilməsinin nəticələrinin regional və beynəlxalq səviyyədə tanınması zərurəti ilə müəyyən edilir [3].

30 may 2014-cü il tarixindən "Uyğunluğun qiymətləndirilməsi sahəsində akkreditasiya haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu qüvvəyə minmişdir ki, bu da milli akkreditləşdirmə sistemində iştirakçılar arasında qarşılıqlı əlaqənin funksiyalarını və qaydasını tənzimləyir və akkreditləşmənin iştirakçıları üçün vahid tələbləri müəyyən edir. Bu qanun həm uyğunluğun qiymətləndirilməsi bazarının iştirakçıları üçün, həmçinin akkreditləşdirmə üçün aydın qaydaları müəyyən edir [4].

Xidmət obyektlərinin akkreditləşdirilməsi prosesinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları

Xidmət obyektlərinin akkreditləşdirilməsi proseduruna uyğun olaraq onların akkreditləşdirilməsi akkreditləşdirmə meyarlarına uyğun olmalı, uyğunluğu təsdiq edən sənədlər paketi yaradılmalı və sonra həmin sənədlər ərizə ilə birlikdə Akkreditasiya Mərkəzinə təqdim edilməlidir. Xidmət obyektlərinin akkreditləşdirmə meyarlarına uyğunluğunu qiymətləndirmək üçün ekspert qrupu yaradılır, sənədlər ekspertizadan keçirilir və akkreditləşdirmənin keçirilməsi ilə bağlı qərar qəbul edilir [5].

Akkreditləşdirmə üçün beynəlxalq standartların tələblərini təmin olunmalı, akkreditləşdiriləcək mütəxəssislər üçün vahid normalar hazırlanmalıdır. Akkreditləşdirmə meyarları xidmət obyektinin uyğunluğa qiymətləndirmə işini yerinə yetirməyə hazırlığını və onun səlahiyyətlərini təsdiq etməlidir. Bu istiqamətdə Milli akkreditləşdirmə sistemi aşağıdakı addımları atmışdır: əvvəlki illərdə AZS sistemində mövcud olan sertifikatlaşdırma orqanları və sınaq laboratoriyaları üçün beş və altı meyar əvəzinə müvafiq olaraq 65 və 94 tələb tətbiq edilmişdir. Bu təşkilatlar üçün qoyulmuş əsas tələb keyfiyyət təlimatının mövcudluğu və onun faktiki həyata keçirilməsidir.

Akkreditləşdirmə meyarlarının təsdiq edilməsi zərurəti onların praktik olaraq ətraflı tətbiqi ilə müəyyən edilir. Xidmət obyektinin müəyyən edilmiş tələblərə cavab verib-vermədiyini qiymətləndirmək üçün istifadə olunan avadanlıqdan tutmuş internet resurslarından götürülmüş məlumatlara qədər bütün aspektləri nəzərə almaq lazımdır. Bütün akkreditləşdirmə meyarları bərabər ölçülür və onlardan ən azı birinə əməl edilməməsi akkreditləşdirmə prosesi üçün maneə

törədə bilər. Buna görə də qaydada müfəssəl tələblərin və onların uyğunluğunu təsdiq edən sənədlərin dəqiq siyahısının müəyyən edilməsi son dərəcə vacibdir.

Əvvəllər akkreditləşdirmə meyarları yalnız sertifikatlaşdırma orqanları və sınaq laboratoriyaları üçün müəyyən edilirdi. İndi isə Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin "Xidmət obyektlərinin, akkreditə olunmuş mütəxəssislərin standartlaşdırma sahəsində akkreditləşdirmə meyarlarına uyğunluğunu təsdiq edən sənədlərin siyahısının təsdiq edilməsi haqqında" əmri ilə müxtəlif növ akkreditə olunmuş mütəxəssislər üçün müfəssəl tələbləri özündə əks etdirir. Uyğunluğun qiymətləndirilməsi sahəsində fəaliyyət göstərən qurumlara məhsulların, işlərin, xidmətlərin sertifikatlaşdırılması orqanları, şəxslərin sertifikatlaşdırılması orqanları, idarəetmə sistemlərinin sertifikatlaşdırılması orqanları, sınaq və kalibrləmə laboratoriyaları aiddir [6].

Akkreditləşdirmə prosedurunda əsas yenilik düzəliş tədbirlərinin mümkünlüyünün ortaya çıxması oldu. Qanun ekspert qrupundan alınan rəylərə uyğun olaraq nöqsanların aradan qaldırılması üçün həm sənədli, həm də sahə ekspertizasından sonra dövlət xidmətinin dayandırılmasına icazə verir.

Akkreditləşdirmədən imtina və səlahiyyətlərin təsdiqi, akkreditasiyanın dayandırılması və ya xitam verilməsi barədə qərardan şikayət etmək mümkün oldu. Belə şikayətlərə baxmaq üçün Milli Akkreditasiya Sistemi texniki tənzimləmə, uyğunluğun qiymətləndirilməsi və metrologiya sahəsində mütəxəssislərdən müstəqil ekspertlərindən ibarət apellyasiya komissiyası yaratdı. Komissiyanın tərkibinə texniki tənzimləmə sahəsində nəzarəti həyata keçirən ərazi icra hakimiyyəti orqanlarının nümayəndələri, Azərbaycan Akkreditasiya Mərkəzi yanında İctimai Şuranın üzvləri, ekspert, elm və təhsil təşkilatlarının, ictimai birliklərin əməkdaşları daxildir. Komissiyaya sədrliyi müvafiq Nazirliyin nümayəndəsi edir.

Xidmət obyektlərinin hüquq və mənafelərini qorumaq üçün 2013-cü ilin sonunda Azərbaycan Akkreditasiya Mərkəzi yanında İctimai Şura yaradıldı və o, qanunla rəsmi olaraq Akkreditasiya Mərkəzinə üzvlüyə daxil edildi. O, ictimai birliklərin və biznes assosiasiyalarının nümayəndələrindən, eləcə də texniki tənzimləmə, uyğunluğun qiymətləndirilməsi və metrologiya sahəsində aparıcı ekspertlərdən ibarət olan və müxtəlif fəaliyyət sahələri üzrə peşəkar ictimaiyyətin təkliflərini Milli Akkreditasiya Sistemi rəhbərliyinin diqqətinə çatdıran qurumdur.

Yeniliklərdən biri də akkreditləşdirmə sertifikatının limitsiz tətbiqidir. Hal-hazırda akkreditləşdirmənin mövcudluğunu təsdiqləyən əsas amil Milli Akkreditləşdirmə Sisteminin internet resurslarında akkreditə olunmuş mütəxəssislərin reyestrə daxil edilməsidir.

Müraciət edənlərin milli akkreditasiya qurumu ilə qarşılıqlı əlaqəsini yaxşılaşdırmaq üçün bütün proseslərin informasiya təminatına böyük əhəmiyyət verilir. Beləliklə, müraciət edənlərə, ekspertlərə və ekspert təşkilatlarına dövlət xidmətlərinin göstərilməsinin bütün mərhələlərində Milli Akkreditasiya Sistemi ilə onlayn rejimdə əlaqə saxlamağa imkan verən Dövlət İnformasiya Sistemi istifadəyə verilmişdir [5].

Vahid Milli Akkreditasiya Sisteminin bütün iştirakçıları - səlahiyyətli orqanlar, akkreditləşdirmə üzrə ekspertlər, texniki ekspertlər, xidmət obyektləri və akkreditə olunmuş mütəxəssislərin ümumi sayı təxminən 30 000 nəfərə yaxın Milli Akkreditasiya Sistemi istifadəçisi olacaq. Milli Akkreditasiya Sistemi çərçivəsində hər bir akkreditə olunmuş mütəxəssislər üçün şəxsi hesablar yaradılacaq, burada işləməli olduğunuz bütün resurslar (qeydlər, kataloqlar və təsnifatlar sistemi və s.) inteqrasiya olunacaq. Bu, sertifikatların, sınaq hesabatlarının verilməsi və bəyannamələrin qeydiyyatı ilə bağlı cari iş fəaliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə asanlaşdıracaq, həmçinin o cümlədən xidmətin statusu haqqında avtomatik SMS göndərmə sisteminin tətbiqi yolu ilə Milli Akkreditasiya Sistemi ilə qarşılıqlı əlaqəni keyfiyyətcə yaxşılaşdıracaq.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Bütün mövcud sistemlərin tam inteqrasiyası akkreditləşdirmə sistemi çərçivəsində həyata keçirilən bütün hərəkətləri qeyd etməyə və izləməyə imkan verəcək və Milli Akkreditasiya Sistemi əməkdaşları və xidmət obyektləri üçün vaxta əhəmiyyətli dərəcədə qənaət edəcəkdir. Nəhayət, Milli Akkreditasiya Sisteminin tətbiqi bütün maraqlı tərəflərin işini daha açıq və şəffaf edəcək [5,6].

Nəticə

Milli Akkreditasiya Sisteminin nəzarət fəaliyyəti əsasən risklərin təhlili və bazarın qarşısının alınması sisteminə əsaslanır. Nəzarət şöbəsi çərçivəsində yaradılan analitik şöbə Milli Akkreditasiya Sistemi üçün mövcud olan mənbələrdən ilk növbədə akkreditə olunmuş mütəxəssislərin reyestrləri, qeydiyyatdan keçmiş sertifikatlar və uyğunluq bəyannamələri ilə bağlı məlumat toplayır. Bundan əlavə, o, toplanmış məlumatların sistematik təhlilini aparır və risk zonalarını müəyyən edir, bunun üçün yoxlama işləri aparır və qısa müddət ərzində naməlum xidmət obyektlərinin fəaliyyətini müəyyən edir və lazım gəldikdə onların fəaliyyətini dayandırır.
2014-cü ildə Milli Akkreditasiya Sisteminə inzibati araşdırmalar aparmaq səlahiyyəti də verilib. Bu prosedur nəzarət tədbirlərindən fərqlənir və analitik bölmə tərəfindən aşkar edilmiş pozuntulara operativ reaksiya verməyə imkan verir [4].
Beləliklə, beynəlxalq səviyyədə razılaşdırılmış prinsip və prosedurlar əsasında təşkilatların akkreditləşdirilməsi qarşılıqlı inam mühitinin formalaşmasında ən mühüm mərhələdir.
Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, akkreditləşdirmənin olması akkreditasiya olunmuş xidmət obyektinin müvafiq inkişaf səviyyəsinə çatdığını göstərir. Onun təmin etdiyi iş və xidmətlərin keyfiyyətini davamlı olaraq yaxşılaşdırmaq üçün etibarlı mexanizmlərin yaradılması və inkişaf etdirilməsi məqsədə uyğundur.

ƏDƏBIYYAT

1. Rakhmanov M.L. Analiz razvitiya zakonodatel'noy i normativnoy bazy akkreditatsii / M.L. Rakhmanov // Standarty i kachestvo. – 2003.
2. Tekhnicheskoye regulirovaniye: uchebnik / Pod red. V.G. Versana, G.I. El'kina. – M.: ZAO «Izdatel'stvo «Ekonomika», 2008. – 678 s.
3. Salamatov V. Uchastiye ekspertnogo soobshchestva v reforme sistemy akkreditatsii / V. Salamatov // Standarty i kachestvo. – 2014.
4. "Uyğunluğun qiymətləndirilməsi sahəsində akkreditasiya haqqında" Azərbaycan Respublikasının 2014-cü il 30 may tarixli 965-IVQ nömrəli Qanunu - https://e-qanun.az/framework/28108
5. Yakutova M.A. Novoye v protsedure akkreditatsii / M.A. Yakutova // Standarty i kachestvo. – 2014.
6. Litvak A.G. Zakon ob akkreditatsii: «rabota nad oshibkami» / A.G. Litvak //Standarty i kachestvo. – 2014.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОЦЕССА АККРЕДИТАЦИИ ОБЪЕКТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Малейка Сехранова[1], Камаля Дадашова[2]
[1,2]Азербайджанский государственный экономический университет, [1]Международный Центр Магистратуры и Докторантуры, [2]Кафедра «Инженерия и прикладные науки»
[1]магистр, meleykesehran@gmail.com
[2]д.ф.э., ст.пр. kamale.dadasheva.74@mail.ru

РЕЗЮМЕ

В настоящее время аккредитация представляет собой процедуру подтверждения компетенций. Международные стандарты предусматривают процесс аккредитации и единые требования к аккредитованным специалистам. Критерии аккредитации подтверждают готовность сервисных предприятий к выполнению работ по оценке соответствия.
Критерии аккредитации испытательных лабораторий регулируются стандартом ISO/IEC 17025-2019 в качестве метода исследования. Эти критерии соответствуют стандарту ISO 9001. Здесь определены основные требования, которые подразделяются на три группы: 1. Соответствие техническому оснащению и экологическим требованиям; 2. Требования к персоналу и структуре испытательной лаборатории; 3. Требования к наличию системы менеджмента качества.
В ходе исследований было определено, что испытательная лаборатория должна соответствовать ряду критериев аккредитации: 1. Наличие системы менеджмента качества и соответствие испытательной лаборатории требованиям системы менеджмента качества; 2. Наличие нормативных правовых актов, документов, в том числе иных документов, указанных в области аккредитации, в заявке на аккредитацию или в области стандартизации; 3. Наличие работников лаборатории, непосредственно выполняющих работы по подтверждению соответствия в области аккредитации.
В целом к работникам испытательных лабораторий предъявляются определенные требования. К таким требованиям относятся высшее, среднее или дополнительное профессиональное образование в области аккредитации, стаж работы в области аккредитации не менее трех лет.
Основной целью внедрения систем менеджмента качества в испытательных лабораториях является создание необходимых условий для получения достоверной информации о значениях показателей качества и безопасности продукции и оценки соответствия этих показателей установленным стандартам.
В целом аккредитация в национальной системе аккредитации проводится в целях обеспечения доверия к результатам оценки соответствия и создания условий для взаимного признания этого доверия странами, являющимися торговыми партнерами нашей страны. С другой стороны, аккредитация основана на некоторых принципах. К ним относятся: реализация полномочий по аккредитации национальным органом по аккредитации; полномочия национального органа по аккредитации; независимость национального органа по аккредитации; обеспечение конфиденциальности информации, полученной в процессе аккредитации, и использование такой информации в определенных целях; недопустимость

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

создания препятствий деятельности аккредитованных специалистов; обеспечение единства правил аккредитации и равных условий для объектов обслуживания; волонтерство; беспристрастность; Недопустимость ограничений действия аккредитации на территории Азербайджанской Республики.
Также несоответствие испытательной лаборатории критериям оценки качества может привести к отказу в аккредитации или приостановлению деятельности лаборатории. В некоторых случаях административный штраф может быть наложен до устранения несоответствий.
На основании изучения полученных результатов определено, что процедура аккредитации является своего рода гарантией надежности и авторитета. В результате аккредитованные испытательные лаборатории пользуются большим доверием в глазах клиентов. Это повышает конкурентоспособность и привлекательность лаборатории. Ключевые слова: национальная система аккредитации, аккредитация, критерии аккредитации, процедура аккредитации.
Ключевые слова: национальная система аккредитации, аккредитация, критерии аккредитации, процедура аккредитации.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-439

E-ISSN: 2674-5224
447-482 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

STATISTICAL DATA ON GROUNDING DEVICES AND WAYS TO IMPROVE THEIR DURABILITY

Gulgaz Ismayilova[1], Nahid Mufidzade[2]
[1,2]Azerbaijan State Oil and Industry University, Power Faculty, [1,2]"Electroenergetics" department,
[1]Associate professor, http://orcid.org/0000-0003-4063-2128, gulgaz77@mail.ru
[2]Associate professor, http://orcid.org/0000-0003-0063-2020, mufidzada@yahoo.fr

ABSTRACT

Grounding devices of switchgears of substations differ in design, dimensions, operating conditions. Obviously, the damageability of grounding device elements should depend on the length of horizontal and the number of vertical ground electrodes, soil structure, the content of water-soluble salts in the soil, the type of element, etc. Estimates of the frequency of damage to an element of grounding devices reflect the effectiveness of existing methods for monitoring the technical condition of grounding devices.
The article examines the presence of a connection between electrical equipment and metal structures of substations with grounding devices and non-exceeding of the ground resistance of standard values when measured by low-current devices, cannot serve as a sufficient sign of a satisfactory state of the elements of grounding devices.
Keywords: corrosion failures, soil electrical resistivity, electrical protection of oil and gas pipelines, environment settings.

Introductıon

The dynamic development of the national economy of our country is accompanied by a further growth in the electric power industry, an increase in the requirements for the durability and uninterrupted operation of all its links, and leads to the involvement of an increasing number of people for a longer time in contacts with various electrical receivers. Under these conditions, ensuring the reliable operation of the grounding devices of electrical installations means, first of all, ensuring the requirements of electrical safety, reducing the level of injuries [1].
At present, reliable substantiations of the possibility and expediency of grounding rationing by touch voltage have been given, a new rationing system has begun to be introduced into the practice of designing, constructing and operating control of grounding devices of power stations and substations, engineering methods of vertical electrical sounding have been developed for the purpose of calculating the main parameters of grounding devices, necessary theoretical and experimental studies to optimize the design of grounding devices
At the same time, according to leading experts, the state of electrical safety at power facilities is still not sufficient [2].
One of the main directions for further research in the field of grounding devices is the collection and processing of statistical data characterizing grounding devices, probabilistic approaches to assessing parameters and influencing factors, and improving methods for monitoring the technical condition [1].

General information about grounding devices

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

It is known that the soils of the seaside zones of Absheron include a high percentage of salts, often protruding to the surface of the earth. Enhanced corrosion of grounding devices is observed here, and therefore the electrical installations of the Apsheron Peninsula are a unique object for experimental study of the durability of the operation of grounding devices [1].

An analysis of the design features of the design of grounding devices for various purposes of electrical installations showed that the rod vertical grounding electrodes are made mainly of angle steel with a size of - (63x63x6) mm; (60x60x6) mm; (50x50x5) mm; steel pipes with a diameter - (2.0; 2.5; 4.0) inches; round steel with a diameter of 12.0 mm; galvanized pipes with a diameter of - (2.0; 2.5) inches.

The length of the rod vertical electrodes from steel pipes and angle steel is 2.5 m, and from round steel - up to 8.0 m.

Strip horizontal earthing switches are made of a strip steel tape with a section of (40x4) mm. The leveling network of the earth electrode is made mainly of strip steel with a section of (25x4) mm; (30x4)mm and (20x4)mm. Grounding conductors are made of strip steel (20x4) mm; round steel - 16.0 mm and 6.0 mm. Strip horizontal ground electrodes are laid in the ground to a depth of (0.7÷0.8) m [3].

Separate grounding devices are built for lightning rods of power stations and substations.

It should also be noted that despite the fact that the projects of grounding devices stipulate the possibility of installing additional vertical rod electrodes if the grounding resistance does not meet the requirements, this possibility, as a rule, was not used in any of the cases considered.

The connection of electrical equipment and structures of switchgears of substations with grounding devices is in most cases carried out by one conductor. The connection of the elements of the grounding devices with each other is carried out by welding, and the grounding device with electrical equipment is both welded and bolted. And, finally, the frequency of monitoring the technical condition in most cases is equal to the frequency of monitoring the condition of grounding devices in non-aggressive soils.

Statistical data on grounding devices

Increasing the durability and uninterrupted operation of grounding devices includes a set of works at various stages of the creation of these devices, which requires information about the results of their maintenance during operation. These data are feedback in the system for increasing the durability of grounding devices.

The data are necessary for the development of methods for diagnosing the technical condition, determining the least reliable grounding elements, identifying the main factors that determine durability, developing recommendations for improving operational safety by improving both the elements themselves and the installation technology [5].

Operational data are the main recommendations regarding the frequency and scope of measures to control the technical condition of grounding devices, calculate reliability indicators and optimize costs.

The source of statistical data can be:

- monitoring data of the technical condition of grounding devices of the relevant divisions of power plants and electrical networks, as well as materials of special surveys of the technical condition of grounding devices;
- materials of laboratory tests and calculations. Information about the results of the test has the undeniable advantage that it displays the actual operating conditions and influencing factors. The

main difficulty of laboratory tests is the limitation in the accuracy of modeling both the design and the processes of corrosion destruction of the elements of grounding devices in time [4].
Information about reliability in the technical condition check reports is discrete. Given the rather large frequency of control, it is practically impossible to judge the dynamics of changes in reliability based on these materials. An important factor is the subjective nature of these documents, the imperfection of methods for measuring ground resistance [1].
Table 1. shows data on the identified cases of damage to various elements of grounding devices of substations located in Absheron.
As follows from Table 1., damage to grounding conductors is most often detected. This is apparently natural, because. requires the least effort to detect.
Consideration and analysis of damage to the elements of grounding devices made it possible to summarize the following:
- damage and corrosion occur mainly in grounding conductors at a shallow depth (up to 20 cm from the ground surface);
- in places of contact of grounding conductors with the foundation of linear disconnectors and in places of bend;
- due to a violation of the contact connection at the welding points, as well as in cases where, when horizontal ground electrodes are made, the steel strip is fixed not “on edge”, but “flat”.

Table 1. Relative number of detected element damage grounding devices.

Item type	Number of damage, shutdown	Relative number of damage, %
Ground conductor	50	64,7
Horizontal strip highways	18	23,6
Contact connection	7	8,7

As follows from Table 1., damage to grounding conductors is most often detected. This is apparently natural, because. requires the least effort to detect.
Consideration and analysis of damage to the elements of grounding devices made it possible to summarize the following:
- damage and corrosion occur mainly in grounding conductors at a shallow depth (up to 20 cm from the ground surface);
- in places of contact of grounding conductors with the foundation of linear disconnectors and in places of bend;
- due to a violation of the contact connection at the welding points, as well as in cases where, when horizontal ground electrodes are made, the steel strip is fixed not “on edge”, but “flat”.
Analysis of the test materials conducted by the author of the article allowed us to state that [6]:
1. The following types of corrosion of elements of grounding devices take place:
- atmospheric corrosion of grounding conductors;
- contact corrosion. It takes place when dissimilar electrodes are paired and can occur in areas if the materials from which the grounded structures are made are different. In addition, the role of one of the electrodes can be played by a weld;
- crevice corrosion. It arises as a result of the formation of a gap between two surfaces, at least one of which is metallic, and uneven access of oxygen to various points of these surfaces. The

process of crevice corrosion is observed in areas , as well as in places of poor-quality welding of the elements of the grounding device;
- corrosion cracking. Occurs as a result of the simultaneous action of a corrosive environment and tensile residual stresses. This type of destruction manifested itself in the places where the grounding conductors were bent;
- corrosion due to the formation of differential aeration vapors. This type of corrosion occurs as a result of an uneven supply of air oxygen to various surfaces of the ground electrode, which is associated, in particular, with the layering of the soil in which the ground electrode is located and manifests itself in zone 5 at the boundary of the soil layers. The magnitude of the electromotive force arising between the anode and cathode zones depends on the humidity, porosity, salinity of the soil;
- soil corrosion. It appears on the vertical and horizontal elements of the earth electrode.
2. Steel -3 is mainly used as a material for grounding devices, which, under a certain combination of environmental factors, undergoes intense corrosion.
3. The grounding conductor is the most frequently damaged element of the grounding device. Among the latter, conductors located in layered soils are most often damaged, when the density of the upper layer is not more than 0.5 m thick. turned out to be much less than the density of the lower layer. In this case, the highest degree of corrosion was observed at the point of transition from one layer to another.
4. Damage to strip horizontal lines led to an increase in the spreading resistance of grounding conductors only if they isolated the grounding circuit of electrical equipment or metal structures of substations from the grounding device loop.
5. The soils of the seaside zone of Apsheron contain a large amount of water-soluble salts. The content of NaCl and Na_2SO_4 in these soils reaches 4%. In summer, the surface of the earth is covered with a layer of salt. Significant salinity of the soil is associated with the intensive course of the process of soil corrosion.
6. The presence of oil in the soil (at oil circuit breakers, power and oil-filled current and voltage measuring transformers, at oil facilities, etc.) sharply reduces the intensity of corrosion destruction of grounding conductors, regardless of the salinity of the soil.
It should be noted that estimates of the frequency of cases of damage to elements of grounding devices identified based on the materials of operation are of indisputable value [7-8].
Thus, the foregoing indicates the relevance of the safety issues of the operation of grounding devices of electrical installations in aggressive soils, which are the territories of the Absheron Peninsula and allows us to highlight the following research tasks and directions for their solution:
- analysis of the intensity of the impact of factors that determine the durability and safety of grounding devices by improving the existing system for collecting, analyzing and processing data with the transition to an automated information system;
- analysis and prediction of the durability of grounding devices by developing calculation methods that take into account the specifics of the operation and maintenance of grounding devices, the presence of wear of grounding elements, the random nature of the initial data, the results of which should identify the main influencing factors and serve as the main improvement of ways to improve the reliability of grounding devices;
- increasing the efficiency of diagnosing the technical condition of grounding devices by improving methods for measuring the resistance of complex grounding conductors and developing methods for monitoring the reliability of elements of grounding devices according to

selective ground penetration, methods for assessing the technical condition without ground penetration.

Ways to improve durability

Practice and the results of theoretical studies have made it possible to identify a number of ways to increase the durability of grounding devices. These include: backfilling of grounding elements with homogeneous soil; insulation of grounding conductors and their replacement with new ones, the section of which is selected taking into account durability; electrical protection methods, etc [9-10].

Small savings are obtained by using the method of backfilling the grounding elements with homogeneous soil. This method is mainly suitable for newly built substations. For existing grounds, electrical protection methods are recommended.

Below are studies of the effect of mechanical stress on the wear process, as well as a new way to increase the durability of grounding devices by hydrophobic treatment of grounding conductors. In Table 2. data characterizing the causes of corrosion destruction of grounding conductors of substations and power lines are given.

The difference in the significance of the cause of corrosion damage of substation groundings and overhead line poles lies in the smaller bending of the grounding conductors of the poles, the large gap between the grounding conductor and the foundation of overhead line poles, and the choice of round steel as the grounding conductor material.

An analysis of the identified damage to the grounding conductors and their corrosion damage shows that the weakest point is the place where the grounding conductor is bent.

Table 2. Data on the significance of the causes of the destruction of grounding conductors.

Cause of corrosion destruction of grounding conductors.	Grounding Device Object	
	Substations	Overhead line supports
Mechanical cracking	24,1	12,1
Poor welding	27,2	40,4
Gap corrosion	30,6	15,2
Atmospheric corrosion	18,1	32,3

In the theory of corrosion, this fact is explained by the influence of residual tensile stresses.

Tensile stresses arising from bending the grounding conductors at an angle during installation and exposure to atmospheric and soil corrosion of an aggressive environment lead to corrosion cracking of the grounding conductors. During atmospheric corrosion, the oxide layer of the air part of the grounding conductor is broken and moisture films with an admixture of air on them increase the atmospheric corrosion of the latter, and in the places of bending they undergo plastic deformation, i.e. their mechanical strength decreases [11].

Residual mechanical stress has a great influence on the atmospheric corrosion of grounding conductors made of grade 3 steel, since this reduces the thermodynamic stability during mechanical action on steel [8].

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Studies have shown that strong winds carry particles of salts formed on the surface of saline soils up to 5 cm thick into the territory of the substation and power transmission towers. The corrosion process between the ground conductor and the foundation wall has an atmospheric character associated with various climatic conditions (humidity, dryness, temperature), and the atmospheric character and geographical factors increase the corrosion rate.

In connection with the above, fine salt particles accumulate between the grounding conductor and the foundation of electrical equipment, portals and supports and create favorable conditions for the occurrence of corrosion caverns or cause complete corrosion destruction.

In the presence of slots and gaps, favorable conditions are created for holding electrolytes on the surface of the grounding conductor. During atmospheric corrosion, the electrolyte in cracks and gaps is retained much longer, and the corrosion rate in them is always higher than on an open surface. The intensity of corrosion depends on the width of the gap: the maximum corrosion between the grounding elements and concrete foundations is observed both at a minimum of up to 2 mm and at an average gap within (10÷16 mm). Corrosion in the gap of the grounding elements in atmospheric conditions increases as a result of the fact that the electrolyte is retained in the gaps for a longer time. If the electrolyte evaporates rather quickly on the open surface, then it does not stay in the gap for a long time.

It has been established that: - grounding conductors made of round steel are less exposed to corrosion in the gap due to the smaller width of the gap between them and the foundations. Therefore, it is necessary to strive to make them from round steel, both in substations and on power transmission towers;

- the degree of corrosion destruction of the grounding conductor passing over the surface of the foundation in the form of a truncated pyramid is significantly less than in the case of a rectangular foundation. This discrepancy is explained by the fact that in the first case, the accumulation of rainwater, dew, and saline dust is significantly less than in the second;
- during installation, it is necessary to ensure a distance between the ground conductor and the foundation of at least 20 mm.

Stress corrosion cracking is characterized by brittle fracture: it occurs at a very low elongation of the material. Such cracking can be intracrystalline and intercrystalline. Stress corrosion cracking is not only a mechanical but also an electrochemical process. The latter is confirmed by the fact that cracking can be stopped by cathodic polarization. Disabling cathodic protection is usually accompanied by further crack propagation.

The general rules for the protection of metals from corrosion spreading under stress provide for the removal of residual internal tensile stresses, the weakening of the aggressiveness of the medium, and the replacement of a stressed material with alloys that are less sensitive to it. Residual tensile stresses can often be removed by annealing. Machining (blasting with shot, rolling, light forging, etc.) to create residual compressive stresses in the near-surface layer is also an effective means of protection against stress corrosion cracking.

Conclusion

As a result of selective opening of the soil and visual inspection of the elements of grounding devices, damaged elements cannot always be detected. But even with such an inspection, it is practically quite difficult to open vertical ground electrodes, as well as numerous contact connections of elements of grounding devices.

A grounding device can be a complex system of interconnected current conductors, when damage to a number of connections of the elements of the grounding devices, as well as the elements of the circuit and the leveling grid itself, does not yet lead to a violation of the requirements for the parameters of the grounding devices.

REFERENCES

1. N.A. Mufidzade, G.G. Ismayilova, S.A. Khanahmedova. Improvement of electrochemical protection of oil and gas pipelines. International Journal on "Technical and Physical Problems of Engineering" (IJTPE), Iss. 51, Vol. 14, № 3, Sen. 2023.
2. N.A. Mufidzade, G.G. Ismayilova, E.N. Huseynov. "Effect of line carnation on overvoltage in transformers of rated voltage 330 kV". International Journal on "Technical and Physical Problems of Engineering" (IJTPE), Iss. 51, Vol. 14, № 2, pp.7-14, Jun. 2022.
3. E.Schwarz, R.Wainwright "Cathodic protection circuits". Transactions of the American Institute of Electrical Engineers, Part II: Applications and Industry 74, pp. 311-315, USA, 1955.
4. J. Seok-Ki, H. Min-Su, K. Seong-Jong "Electrochemical characteristics of stainless steel using impressed current cathodic protection in seawater". Trans. Nonferrous Metals Soc. pp. 930-934. China, 2009,
5. S.Bradley. "How to Conduct a Corrosion-Related Failure Analysis". August 18, 2021. https://www.corrosionpedia.com/how-to-conduct-a-corrosion-related-failure-analysis/2/7364
6. S.H. Zaferani. "Failure Analysis of Corrosion Case Histories". Published by OMICS Group eBooks, USA. February, 2015. https://digital. library. adelaide. edu.au/ dspace/bitstream/2440/123817/3/hdl_123817.pdf
7. S.E. Nelson. "Fatigue and monotonic loading crack nucleation and propagation in bimodal grain size aluminum alloy". Acta Material, Volume 59, Issue 9, pp. 3550-3570, May 2011.
8. A. Shurafts, D. Maruhin, H. Zubailov, Y. Tomashevskiy. "Energy efficient station for cathodic protection of underground metalic pipelines using pulsed current modes" Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Russia, 2019. https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/ pdf/2019 /47/ e3sconf_cr18_02010.pdf
9. D.N. Maruhin, Y.B. Tomashevskiy, "Problems of collection, preparation and transportation of oil and oil products". Problems of Gathering, Treatment and Transportation of Oil and Oil Products, Issue 1, vol.2, pp. 87-91, Russia 2013.
10. M.Festic, S. Repina. "Economic Activity and Natural Gas as a Potential Destabilizer of the Slovenian Economy". Romanian Journal of Economic Forecasting, Issue 4, Volume 12, pp. 132-152, Romania, 2009.
11. N.C..Easter, J. T. Burns. "Effects of micro-scale corrosion damage features and local microstructure on fatigue crack initiation location". International Journal of Fatigue. Volume 150, pp.2-22 USA, September 2021.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

TORPAQLAYICI QURĞULARIN STATİK VERİLƏNLƏRİ VƏ ONLARIN İSTİSMAR MÜDDƏTİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ YOLLARI

Gülgəz İsmayılova[1], Nahid Müfidzadə[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti, Energetika fakültəsi,"Elektroenergetika" kafedrası,
[1] Dosent, http://orcid.org/0000-0003-4063-2128, gulgaz77@mail.ru
[2] Dosent, http://orcid.org/0000-0003-0063-2020, mufidzada@yahoo.fr

XÜLASƏ
Yarımstansiyaların paylayıcı qurğularının torpaqlayıcı elementlərin konstruksiyaları, ölçüləri və iş şəraiti ilə fərqlənir. Torpaqlayıcı qurğuların elementlərinin zədələnməsi üfüqi uzunluğundan və şaquli yer elektrodlarının sayından, torpağın strukturundan, torpaqda suda həll olunan duzların miqdarından, elementin növündən və s. asılıdırlar. Torpaqlayıcı qurğuların elementlərinin zədələnmə tezliyinin qiymətləndirilməsi onların texniki vəziyyətinin mövcud nəzarət metodlarının effektivliyini əks etdirir.
Məqalədə elektrik avadanlığı ilə yarımstansiyaların metal konstruksiyaları arasında torpaqlama qurğuları ilə əlaqənin olması və aşağı cərəyan cihazları ilə ölçüldükdə torpaq müqavimətinin standart qiymətləri araşdırılır, bu da elektrik avadanlığının qənaətbəxş vəziyyətinin kifayət qədər əlaməti ola bilməz.
Açar sözlər: korroziya nasazlıqları, torpağın elektrik müqaviməti, neft və qaz kəmərlərinin elektrik mühafizəsi, ətraf mühitin parametrləri.

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПО ЗАЗЕМЛЯЮЩИМ УСТРОЙСТВАМ И СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ДОЛГОВЕЧНОСТИ

Гюльгяз Исмайлова[1], Нахид Муфид-заде[2]
[1,2] Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности,
кафедра «Электроэнергетика».
[1]Доцент http://orcid.org/0000-0003-4063-2128, gulgaz77@mail.ru
[1]http://orcid.org/0000-0003-0063-2020,mufidzada@yahoo.fr

РЕЗЮМЕ

Заземляющие элементы распределительных устройств подстанций различаются конструктивным исполнением, размерами, условиями работы. Повреждаемость элементов заземляющих устройств должна зависить от протяженности горизонтальных и числа вертикальных заземлителей, структуры грунта, содержания в грунте водорастворимых солей, типа элемента и пр. Оценки частоты повреждений элемента заземляющих устройств отражают эффективность существующих методов контроля технического состояния заземляющих устройств.
В статье исследуется наличия связи электрооборудования и металлических конструкций подстанций с заземляющими устройствами и непревышения сопротивления заземления

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

нормативных значений при измерении малоточными приборами, не может служить достаточным признаком удовлетворительного состояния элементов заземляющих устройств.
Ключевые слова: коррозионные разрушения, удельное электрическое сопротивление грунта, электрозащита нефтегазопроводов, параметры окружающей среды.

Publication history

Article received: 09.03.2023
Article accepted: 23.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-447

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
456-464

REFINEMENT OF THE TECTONIC STRUCTURE OF THE SOUTH CASPIAN BASIN

Farid Ismayilov[1], Yusif Mammadzade [2]
[1,2]Azerbaijan State Oil and Industry University, [1,2] Department of Oil and Gas Geology
[1]Docent, Candidate of geology and mineralogy sciences, huseynaqa.mammadov@asoiu.edu.az
[2]Master student, farid.ismayilov.82@bk.ru

ABSTRACT

The Caspian-Caucasian segment is the central link of the Dobruja-Crimean-Caucasian-Kopet Dag side branch of the Alpine-Himalayan mobile belt, which originates in the west in the Northern Dobruja, continues in the Crimean Mountains and further in the Greater Caucasus and through the Apsheron threshold between the Middle South Caspian extends to the Kopet Dag, reaching Badkhyz in the extreme south Turkmenistan, where it is cut off by a system of meridional faults of the Ural-Oman lineament. The South Caspian, as an element of this megastructure, is a unique geological object in many respects. In this article, we will focus on the fluid-dynamic features of the phenomenon of the South Caspian.

For the South Caspian basin, various schemes of the tectonic structure are given, according to which a different number of structural elements are distinguished, and often different names. According to one of these schemes, given in the reference book of 1983, the largest elements of the basin are the Kura intermountain trough and the South Caspian depression.

The South Caspian Basin was formed as a result of the interaction of theEurasia, India, Arabia, and numerous microplates starting from the Trias-sic. During theLate Triassic– Early Jurassic, several microplates were suturedto the Eurasian margin, closing the Paleotethys Ocean. A Jurassic– Cretaceousnorth-dipping subduction was developed along this new continental marginsouth of the Pontides, Trans-Caucasus, and Iranian plates. This subduction zonetrench-pulling effect caused rifting, creating the back-arc basin of the GreaterCaucasus– proto-South Caspian Sea, which achieved a maximum width duringthe Late Cretaceous– early Paleogene.During the Eocene, the Lesser Caucasus, Sanandaj-Sirjan, and Makran plateswere sutured to Trans-Caucasus– Talesh– South Caspian– Lut system. The subduc-tion zone jumped to the Scythian-Turan margin. The South Caspian underwentre organization during the Oligocene– Neogene. Northward movement of theSouth Caspian microcontinent (SCM) resulted in rifting between SCM and Alborzplate. The southwestern part of the South Caspian Basin was reopened, whereasthe northwestern part was gradually reduced in size. The source rocks of the MaikopFormation were deposited in the South Caspian Basin during the Oligocene – early Miocene.The collision of India and the Lut plate with Eurasia caused the deformationof Central Asia and created a system of northwest– southeast wrench faults. Theremnants of the Jurassic– Cretaceous back-arc system oceanic and attenuatedcrust, as well as Tertiary oceanic and attenuated crust, were locked between ad-jacent continental plates and orogenic systems. Thick molasse-type sedimentsthat accumulated during the Pliocene– Quaternary provided reservoir rocks andcontributed to the burial and maturation of source rocks. The aim of this paper is to provide the plate-tectonic evolution and position of the major crustal elements of the area in the global framework and toshow the relationship between the geodynamic evolution of the area and

the development of components of petroleum systems. There fore, I restrictedthe number of plates and terranes modeled, trying touse the existing information and degree of certainty.
Keywords: South Caspian Basin, geomorphology, tectonic, seabed morphology, dislocation

CƏNUBI XƏZƏR HÖVZƏSININ TEKTONIK QURULUŞUNUN DƏQIQLƏŞDIRILMƏSI

Fərid İsmayılov[1], Yusif Məmmədzadə[2]
[1,2] Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti, [1,2] "Neft-qaz geologiya" kafedrası
[1] dosent, Geologiya-mineralogiya elmlər namizədi, huseynaqa.mammadov@asoiu.edu.az
[2] magistr tələbəsi, farid.ismayilov.82@bk.ru

XÜLASƏ

Çöküntü hövzələrinin təkamülü prosesində karbohidrogenlərin əmələ gəlməsi, miqrasiya və akkumiliyasiyası mövzuları daim alimlərin diqqət mərkəzində olmuşdur. Hövzələr haqqında geoloji biliklər inkişaf etdikcə neft geologiyası və geokimyası da uyğun olaraq təkmilləşmiş, süxurların, neftlərin və lay sularının öyrənilməsinin laborator üsulları formalaşmışdır. Məlumatlar bazası genişləndikcə onların ümumiləşdirilməsi və ümumi qanunauyğunların tapılmasına cəhd göstərilmişdir.
Geologiya bir təbiət elmi kimi bilavasitə müşahidələrə əsaslansada, proseslərin başa düşülməsi, onların kəmiyyət səviyyəsinin verilməsi və ədədi qiymətləndirilməsi üçün nəzəri və təcrübi modellərin qurulması zərurəti elmin inkişafının bütün mərhələlərində mövcud olmuşdur.
Açar sözlər: CXÇ, neft və qaz yataqları, geoloji potensial, Şahdəniz yatağı.

Giriş

Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsi Xəzər dənizinin əsas neft-qaz yataqları istismar olunan reionlarından biridir. Bu regionda ən sıx neft-qaz yataqları yerləşir və sahilətrafı ölkələr tərəfindən bura dünyada neft-qaz sənayesinin ən perspektivli "qlobal poliqonu" kimi qəbul edilib (1,2).
Geomorfoloji mənada bu hövzə qərbdən Kiçik və Böyük Qafqaz, şərqdən Böyük Balxan və Kopetdağ, cənubdan isə Elborsdağ silsilələri arasında yerləşir və bu dağ silsilələrindən mərkəzə doğru dərinləşən blokvari mürəkkəb qırışıqlıqdır.
Tektonik mənada Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzə şimaldan Cənubi Xəzər və Qərbi Türkmən çökəklikləri tərkibindəki mürəkkəb quruluşlu Abşeron-Balxanyanı qalxımlar zonası və onun şimal yamacı boyunca regional Qafqazönü-Türkmən dərinlik qırılması ilə hüdudlanaraq. Cənubi Abşeron çökəkliyini, mürəkkəb quruluşlu Abix bəndini və Cavadxan-Natəvan zonasını, Oqurçinski pilləsini və Çikişlər-Fersman-Qərbi Veber zonasını özündə cəmləşdirir.

Məqsəd

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

"Cənubi Xəzər hövzəsinin tektonik quruluşunun dəqiqləşdirilməsi" mövzəsi, dünya üzərindəki tektonik plitlərin quruluşunu və dəyişmələrini tədqiq edən təbii elmlərin bir hissəsidir. Cənubi Xəzər hövzəsi, dünya üzərində ən aktiv seysmik zonalarından biridir və bu bölgedə

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

dərinliklərində və yeraltı səthində yerləşən xaricə zonaları çevrələyən qatılaşmış qayaçlar, təbii bərklənmələr və başqa geoloji və fiziki proseslər çox məşhurdur. Bu baxımdan, bu mövzunun araşdırılması, bölgedə yaşayan insanlar üçün potensial təhlükələrin anlaşılması və qarşısının alınması üçün vacibdir.

"Cənubi Xəzər hövzəsinin tektonik quruluşunun dəqiqləşdirilməsi" mövzusu üzərində bir məqalə yazmaq üçün məqsəd aşağıdakı kimi formulalaşdırıla bilər:

Məqalənin məqsədi, Cənubi Xəzər hövzəsindəki tektonik quruluşunun tədqiq edilməsini və hövzənin inkişafında rol oynayabilecək faktorların vəziyyətinin müəyyən edilməsini əks etdirməkdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı məsələlər özündə birləşdirilməlidir:

Cənubi Xəzər hövzəsindəki strukturların təsviri və dəqiqləşdirilməsi

Bu strukturların xəritəsi və yerləşməsi üzərində araşdırmaların aparılması

Hövzədəki fəaliyyətə başlamaqda rolu olan qənaətbəxş fəaliyyətlərin müəyyən edilməsi

Cənubi Xəzər hövzəsində müxtəlif periodlarda yaşanmış səlilərin tədqiq edilməsi və bu səlilərin hövzənin inkişafına təsiri

Hövzədəki geoloji strukturların və təbii ehtiyatların tədqiq edilməsi və təsviri

Tədqiq edilmiş məlumatlar çərçivəsində hövzənin təbii ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi və neft və qaz istehsalına potensial təminatının müəyyən edilməsi.

Metodlar

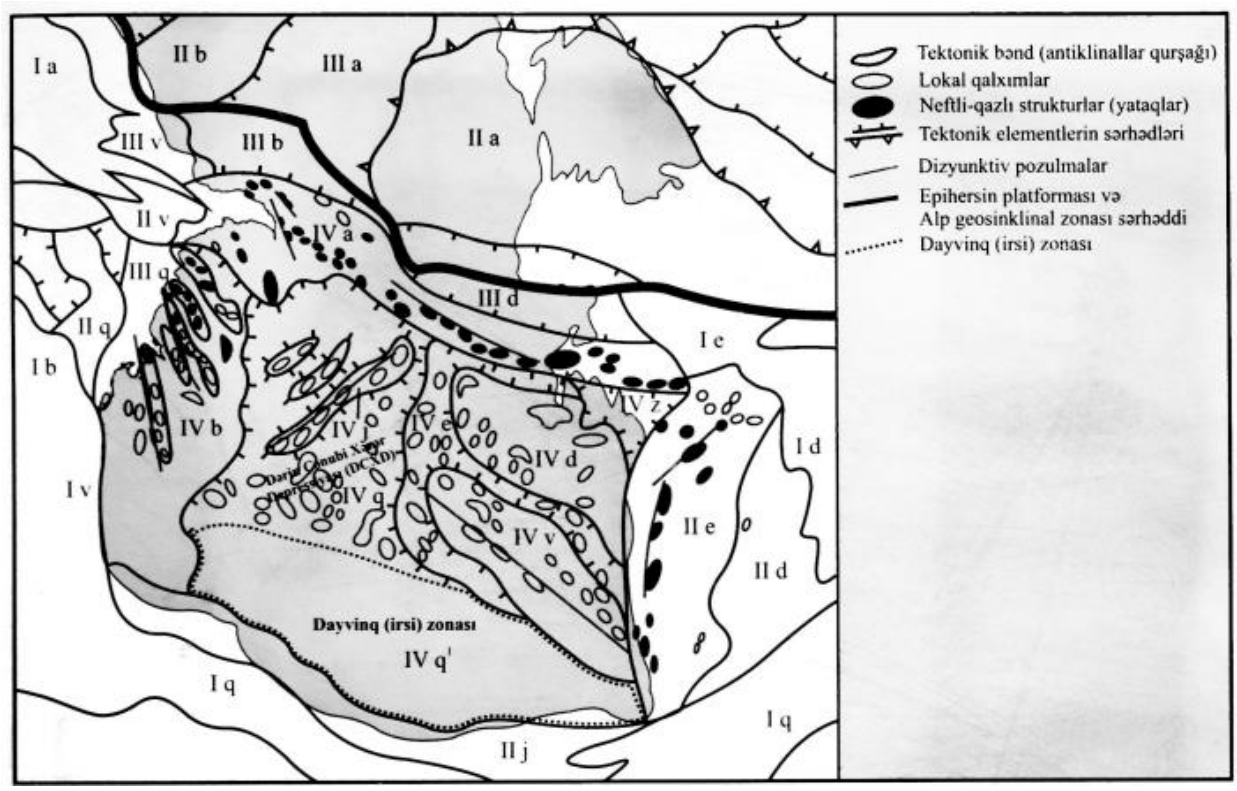
Cənubi Xəzər hövzəsinin tektonik quruluşunun dəqiqləşdirilməsi istiqamətləri

Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsinin perspektivli zonaları sırasında əsas yeri, yatma dərinliyi 25 km-dən çox olan konsolidə olunmuş(kristallik) bünövrə üzərində formalaşmış, ümumi qalınlığı 8-10 km-dən çox Pliosen-Pleystosen layları üstünlük təşkil edən Mezozoy, Kaynozoy və Dördüncü Dövr çöküntülərindən ibarət olan dərin Cənubi Xəzər depressiyası (DCXD) tutur.

1980-ci illərdə X.B.Yusifzadə tərəfindən bu hövzənin dörd əsas perspektivli neftli-qazlı hissəyə və iki perspektivli zonaya ayrılması göstərilmiş və DCXD-nin yüksək perspektivliyi əsaslandırırlmışdır(1). Lakin DCXD-nin yaranması haqqında bu günə qədər vahid fikir mövcud deyil. Belə ki, V.Q.Vasilyev və b.(1959), V.V.Fedinski və b.(1972) hesab edirlər ki, DCXD Tacikistan və Fərqanə dağlararası çökəkliklər sisteminin en istiqamətində davam edən fraqmentidir (undulyasiyasıdır); V.P.Qavrilov (1990) DCXD-ni Gibraltay –Himalay subduksiya bəndinin seqmentlərindən biri hesab edir; İ.V.Qlumov və b. (2004) DCXD-nin yaranmasını, bir tərəfdən Ural və Tetis paleookean sistemlərinin, digər tərəfdən isə Avropa, Ərəbistan, Kiçik Asiya-İran paleo və mikroqitə sisteminin qarşılıqlı hərəkətinin nəticəsi kimi izah edirlər.

Dənizdibi morfologiyasının və çökmə qatın müasir hərəkətlərlə, fiziki sahələrin – seysmostratiqrafiya, Yer təkinin istilik rejimi və s. materiallarla analizi əsasında Y.P.Malovitski (2005) ehtimal etmişdir ki, DCXD-nin cənub və qərb kənarlarında Şm-ŞmQ istiqamətində uzanan rift zonası mövcuddur. Akademik P.Z.Məmmədov hesab edir ki, dərin qatlarda gedən geodinamik proseslər çökmə örtüyünün, xüsusən çöküntülərin qalınlığının 20-25 km-ə, Pliosenin (MQ) qalınlığının isə 1500-3000 m-dən 10000 m-ə qədər dəyişməsinə bilavasitə təsir göstərmiş və hazırda da davam edir. [3,4]

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

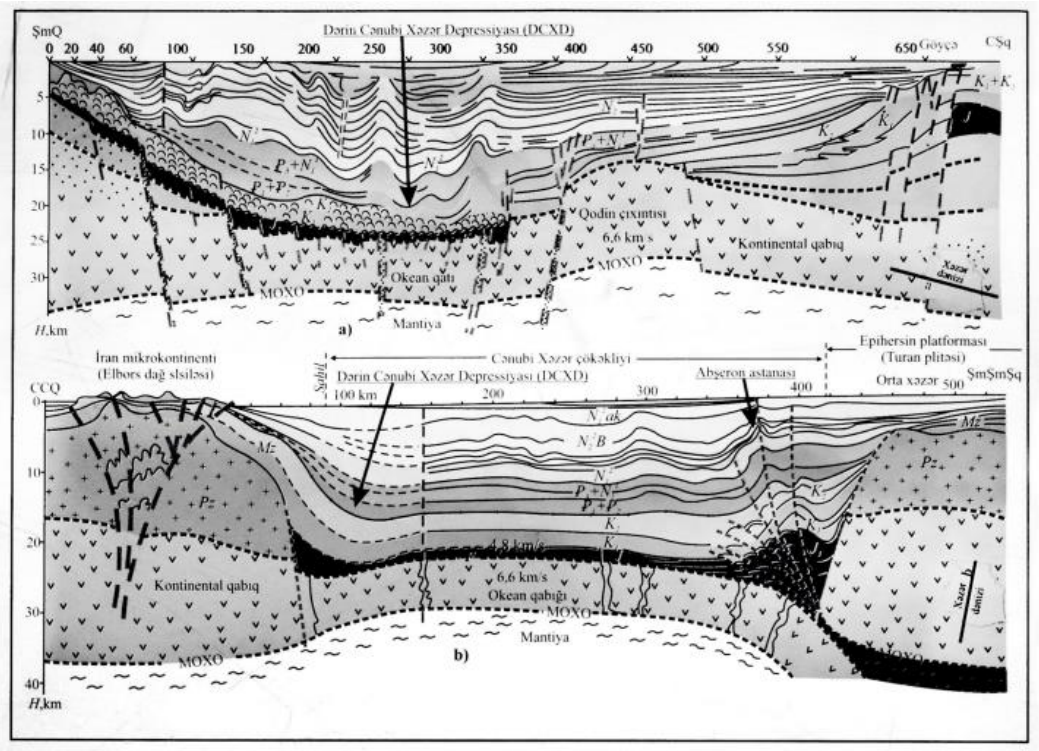


Şəkil 1. Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsinin və ətraf ərazilərin tektonik rayonlaşdırma xəritəsi

Cənubi Xəzər çökəkliyinin strukturları: I-Müxtəlif yaşlı orgenlər, Ia-Böyük Qafqaz, Ib-Kiçik Qafqaz, Iv-Talış-Boqrovdağ, Iq-Elbors, Id-Kopetdağ-Kiçik Balxan, Ic-Böyük Balxan;
II-müssbət struktur elementlər, IIa-Qaraboğaz tağı, Iib-Samur Qumlu burun qalxımlar zonası, Iiv-Şamaxı-Qobustan qırışıqlıq zonası, Iiq-Talış Vəndam qalxımlar zonası, Iid-Aladağ-Misserian qalxımlar zonası, Iie-Gögrandağ-Okarem, IIj-Mazandaran pilləsi;
III-mənfi struktur elementlər, IIIa-Qazaxıstan körfəzi (çökəkliyi), IIIb-Şimal Abşeron çökəkliyi, IIIv-Qusar-Dəvəçi çökəkliyi, IIIq-Aşağı Kür şökəkliyi, IIId-Kelkor şökəkliyi.
IV-Dərin Cənubi Xəzər depressiyasının strukturları: Iva-Abşeron-Balxanyanı qalxımlar sistemi, Ivb-Şərqi Azərbaycan tektonik bəndlər sistemi, IVv-Qərbi Türkmən struktur dəhnəsi, IVqi-Cənubi Xəzər Dərin dəhnəsi, IVq- İrsi subduksiya (Dayvinq)zonası, Ivd-Oqurçinski pilləsi, Ive-Çikiçlər Fersman qalxımlar zonası, Ivj-mürəkkəb quruluşlu Abix valı, Ivz-Qızıl Qum çökəkliyi.

D.A.Afanasyev (2012) və P.Z.Məmmədov (2014) Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsini Kaynozoy çöküntülərinə görə iki müxtəlif zonaya ayırırlar: güclü dislokasiyaya uğramış qırışıqlıqla xarakterizə olunan qərb sahilboyu "quru-dəniz" keçid zonası və Türkmən terrasına doğru uzanan monoklinal zona DCXD bu iki zona arasında yerləşir.
Hövzənin neft-qazlılıq perspektivliyinin qiymətləndirilməsi ilk dəfə 1964-cü ildə Ə.N.Əlixanov tərəfindən aparılmış və 1977-ci ildə həmin tədqiqatların nəticəsi olan monoqrafiya nəşr olunmuşdur [5]. Monoqrafiyada DCXD özünəməxsus neftqaz toplama arealı kimi qiymətləndirilmişdir.

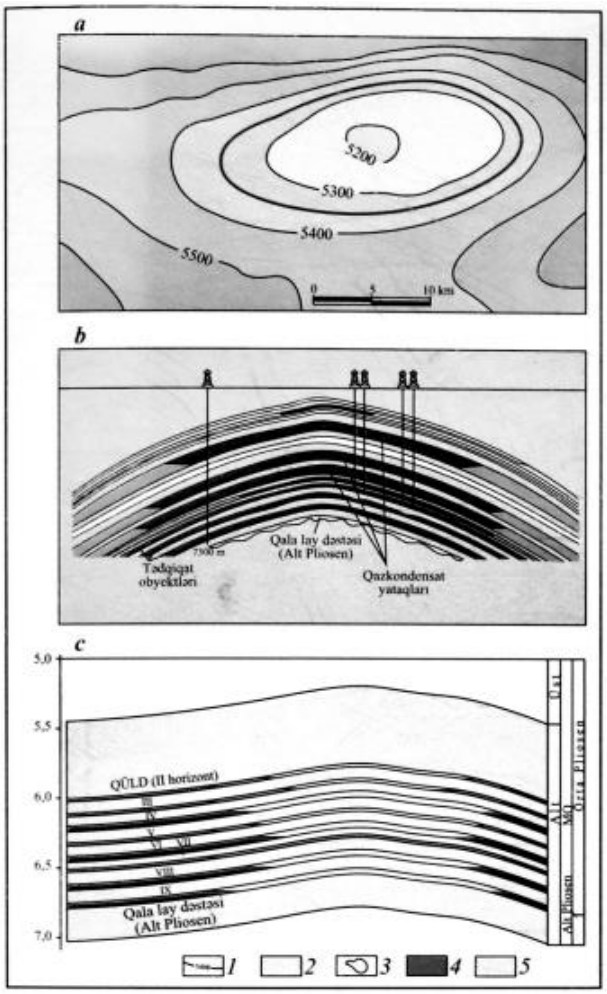
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Şəkil 2. Eotraverslər (geodinamik mərhələlər) üzrə eninə(a) və meridional(b) istiqamətlərdə seysmostratiqrafik kəsilişlər (P.Z.Məmmədov, 2008, V.Cəbrayılzadə-yə görə)

Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsinin neft-qazlılıq perspektivliyinin qiymətləndirilməsi 2006-cı ildə D.X.Babayev və A.N.Hacıyev tərəfindən aparılmışdır [6].
Son illərdə aparılmış tədqiqatlarda qeyd olunmuşdur ki, hövzə bəzi sahələrdə qalınlığı 24-28 km olan və özünəməxsus müstəqil təkamül xarakterli Yer qabığı strukturudur.
Dərin seysmik zondlama (DSZ) və digər geoloji məlumatlar əsasında DCXD əhatəsində aparılmış kompleks analiz, okean tipli qabıqla səciyyələnən və "qranit" qatı olmayan, müxtəlif amplitudlu tektonik qırılmalarla mürəkkəbləşmiş, blokvari Paleozoy və Mezokaynozoy qırışıqlıq sisteminin, yəni DCXD-nin fundamentin özünəməxsus qeyri-bircins qat (heterogen) olmasını güman etməyə əsas vermişdir.
Mantiya qatının dərinləşmə sürətinə, intensiv generasiyaya, karbohidrogenlərin(Kh) lateral və şaquli istiqamətlərdə miqrasiyasına görə Cənubi Xəzər neftli-qazlı hövzəsi analoqu olmayan neft-qaz regionudur. Yüksək dərinləşmə (dayvinq prosesi və ya gömülmüş subduksiya) sürətinin əsas səbəbi DCXD-də Pliosen-Dördüncü Dövr çöküntülərində aktiv baş verən riftogenezdir. Müasir riftogenez ərazisi DCXD-nin ən dərin hissəsidir və onun mənbəyi Pliosenə qədər yaşlı çöküntülərdir. Çox güman ki, riftogenez "lanent" (gizli) formadadır və "irsi" xarakterlidir.
İstər rift daxilində, istərsə də riftdən kənarda, eləcə də riftüstü mühitdə tektono-geodinamik proseslərin, həmçinin riftdaxili sedimentasiya səthinin, habelə bloklarda müxtəlif hipsometrik səviyyələrin kəskin fərqlənməsi ilə əlaqədar mantiya qatının dərinləşməsini kompensasiya edən çöküntü toplama proseslərinin xarakteri KH emiqrasiyasının dərin qatlardan başladığını ehtimal etməyə əsas verir.

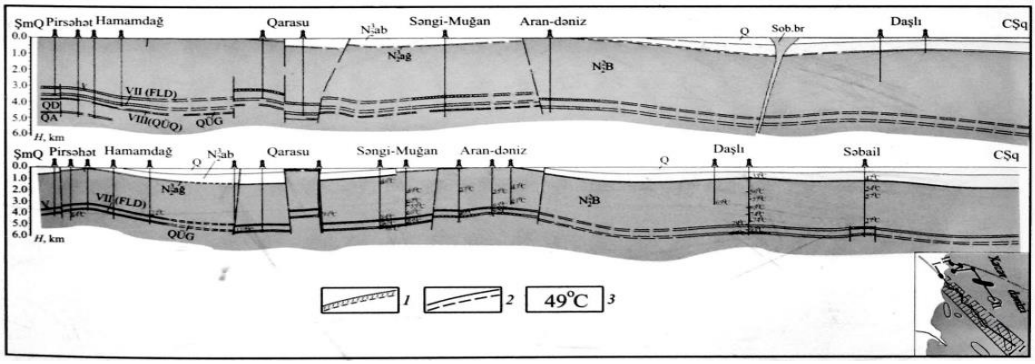
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL



Şəkil 3. Şahdəniz yatağının 2D modeli.
MQ-nin aşağılarının tavanına görə struktur xəritə (a), yatağın sxematik(b) və MQ-nin aşağılarının proqnoz geoloji kəsilişləri(c)(11); 1-izohipslər; 2-qaz;, 3-kondensat,4-neft yığımları, 5-gilli lay.

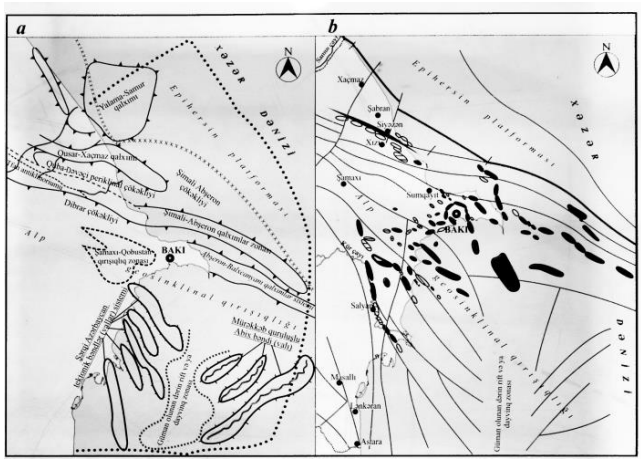
Dərinləşmə prosesi nəticəsində mövcud Pliosen, eləcə də Dördüncü Dövr tələlərində KH yığımları yenidən formalaşmaqla yanaşı daha mükəmməl neft-qaz doyumlu yatağa çevrilir. Belə şəraitdə, faktiki olaraq Pliosen çöküntülərində yaranmış və bütün hövzəni əhatə edən KH mənbələrinin generasiysı müasir dövrdə daha da aktivləşir. Bununla əlaqədar olaraq, DCXD-də mövcud yataqlar, lateral və şaquli miqrasiya nəticəsində, xüsusən tektonik qırılmalarla mürəkkəbləşmiş yataqlar yeni KH axımı ilə kompensasiya olunur, yəni qidalanır. Bu Cənubi Xəzər sahilyanı "quru-dəniz" keçid zonalarında, istər Azərbaycan, istərsədə Türkmənistan sektorunda olan "çoxmərtəbəli" yataqlara aiddir. Əsasən "aprior" xarakterli bu yataqlardan biri Şahdəniz yatağıdır və onun 2D modeli konkret seymik və quyu məlumatları (A və B) əsasında tərtib olunub və kəsiliş (C) proqnozlaşdırılmasına baxmayaraq müəyyən miqyas gözlənilmədiyi üçün sxematik xarakter daşıyır. Güman edirik ki, daha dərin qatlarda da, xüsusən keçid zonasında Şahdəniz yatağı xarakterli yataqlar mövcuddur və onların aşkar olunması üçün yüksəkdəqiqlikli 3D seysmik kəşfiyyat tədqiqatları aparılmışdır.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023



Şəkil 4. Hamamdağ-Naxçıvan qırışıqlıq zonası.
I-I və II-II xətləri üzrə geoloji profillər: 1-qumlu-gilli dəstə; 2-quyu məlumatlarına görə qırılmalar; 3-quyu lüləsi boyunca temperatur göstəriciləri

Xəzər dənizinin Azərbaycan sektorunda KH ehtiyatları potensialının tükənməsindən danışmaq əsassızdır. Ona görə ki, hasilat və işlənmənin hər mərhələsindən sonra, xüsusən böyük dərinliklərdə, yeni neft yataqları haqqında məlumatlar alınır.



Şəkil 5. Cənubi Xəzər neft-qazlı hövzəsinin qərb sahiboyu zonasının tektonik rayonlaşdırma(a) və geodinamik əsasda əsas tektonik qırılmalar və kondensatlı strukturlar (b) xəritələri (B. Aslanov-a görə)

Qeyd edək ki, məlum Bulla-dəniz yatağında MQ-nin alt şöbəsinin 5755 m dərinliyindən neft, 6200 m dərinliyindən isə qaz hasil olunur. Son illərdə ehtiyat həcmi 1,2 trln m^3 təbii qaz, 240 mln. Ton qaz kondensatı olan 6300-7000 m dərinliyində, yüksək neftqazdoyumlu Şahdəniz yatağı açılmışdır. Bu cür faktlar dərin qatlarda KH yataqlarının "çoxmərtəbəli" formada olması ehtimalını yaradır.

Nəticə

Bulla-dəniz və Şahdəniz yataqlarından əldə olunan naliyyətlərlə yanaşı KH flüidlərinin faza tərkibinin qeyri-adi, yəni "neft-qaz-kondensat", "qaz-kondensat-neft" mərhələli olması güman etməyə əsas verir ki, müasir dövrdə KH yataqlarının generasiya mərkəzi xaotikdir və Cənubi Xəzərin, o cümlədən qərb sahilboyu "quru-dəniz" keçid zonasının ikinci tərtib tektonik elementləri, yəni antiklinalları da daha mükəmməl yeni neftqazdoyumlu faza vəziyyətindədir.
DCXD-nin ən yüksək dislokasiyaya məruz qalan əraziləri qərb sahilboyu "quru-dəniz" keçid və Abşeron-Balxanyanı qalxımlar zonalarıdır. "Quru-dəniz" keçid zonasına xas olan və ətraf ərazilərdən fərqli əlamət isə aydın nəzərə çarpan və yüksək amplitudlu (2-3 km), qırılıb-düşmə xarakterli xeyli sayda dizyunktiv qırılmalarla mürəkkəbləşən braxiantiklinal qırışıqlıqdır.
Beləliklə, neftqazdoyumluluğun qeyd olunan struktur-tektonik və dinamik əlamətlərini nəzərə alaraq ehtimal etmək olar ki, Cənubi Xəzərin neftli-qazlı tələləri, xüsusən "quru-dəniz" keçid zonasında perspektivli ola bilər. Bunu aydınlaşdırmaq üçün ilk növbədə 7-10 km dərinliyi öyrənə biləcək yüksək dəqiqlikli 3 D seysmik kəşfiyyat işləri aparılmalı və KH-lərin generasiya yollarını müəyyən etmək məqsədilə əsas diqqət dərinlik struktur-tektonik xüsusiyyətlərin dəqiqləşdirilməsinə istiqamətlənməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Aliyev I.G. "Azerbaijan-2020: a vision of the future" on the preparation of the Development Concept, Baku, 2011.
2. Mammadov G.S. Ecology, environment and man. Baku, "Science", 2006, p. 608
3. Uvarov A.V. Ecological design. Istoriya, teoriya i meodologiya ekologicheskogo proektirovaniya. OZON.RU, 2015, p. 192.
4. Kuznetsova Y.A. The stage of formation and development of the concept of development // Molodoi uchenii. – 2013. – No. 5.
5. Pankina M.V. Principles of ecological design / M.V. Pankina, S.V. Zakharova // Sovremennie problemi nauki i obrozovaniya. – 2014. – No. 1
6. http://eco.gov.az/az/nazirlik/xeber?newsID=5582

УТОЧНЕНИЕ ТЕКТОНИЧЕСКОГО СТРОЕНИЯ ЮЖНО-КАСПИЙСКОЙ ВПАДИНЫ

Фарид Исмаилов[1], Юсиф Мамедзаде [2]
[1,2]Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности, [1,2]кафедра геологии нефти и газа,
[1] доцент, кандидат геолого-минералогических наук, huseynaqa.mammadov@asoiu.edu.az
[2] магистрант, farid.ismayilov.82@bk.ru

РЕЗЮМЕ

В процессе эволюции осадочных бассейнов вопросы образования, миграции и накопления углеводородов всегда находились в центре внимания ученых. По мере развития геологических знаний о бассейнах соответственно совершенствовались нефтегазовая геология и геохимия, развивались лабораторные методы изучения горных пород, нефтей и

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

пластовых вод. По мере расширения базы данных делались попытки их обобщить и найти общие закономерности.
Хотя геология как естественная наука основана на непосредственных наблюдениях, необходимость построения теоретических и экспериментальных моделей для понимания процессов, придания им количественного уровня и числовой оценки существовала на всех этапах развития науки.
Ключевые слова: КСХ, месторождения нефти и газа, геологический потенциал, месторождение Шах-Дениз.

Publication history

Article received: 10.03.2023
Article accepted: 24.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-456

E-ISSN: 2674-5224
465-476 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

CLASSIFICATION OF GAS RESERVOIRS IN GAS STORAGE AND HYDRATE CONTROL METHODS FOR IMPROVING OPERATIONAL EFFICIENCY

Elvin Seyfullayev
Azerbaijan State University of Oil and Industry, Department of "Transportation and storage of oil and gas", PhD student, seyfullayev.elvin@gmail.com

ABSTRACT

Due to the fact that natural gas emits less carbon dioxide than oil and coal, gas is considered the cleanest fuel. Therefore, it is not a random factor that some countries switch to gas energy in their industrial work. Those countries show a great interest in the accumulation of gases in order to achieve greater economic efficiency, as well as to insure against interruptions that may occur. Thus, taking into account the ineffectiveness of storing gases on the ground, underground gas storages were investigated.

It is possible to create these reservoirs in depleted oil and gas deposits, salt and water layers and, if necessary, artificially, in rock cavities by blasting. Salt caves are considered to be the most efficient of all listed types of underground gas reservoirs. The reason for this is the gas impermeable property of salt. Although the preparation of salt layers as an underground gas reservoir is more expensive than other methods, it has been noted that the gas extraction rate from these reservoirs for consumption is higher. According to the share of use of underground gas storages, that is, the volume of gas storage, statistical results among the countries of the world have been investigated and added.

On the other hand, one of the problems encountered by the operators of natural gas storages is the formation of gas hydrate in the storages as well as in the gas transportation lines. The reasons for the formation of hydrates both inside the pipe and in gas reservoirs were investigated and methods of combating it were studied. The effect of hydrate formation on the transportation process, as well as on the operation of gas reservoirs, that is, the problems caused by it, were investigated.

There are 5 effective ways to fight hydrates. Inhibitors, especially kinetic inhibitors, have been evaluated as the most effective method in combating hydrate formation. Thus, the application of kinetic inhibitors both during hydrate formation and as a complex method for eliminating already formed hydrate piles was recommended.

It has been determined that the use of mechanical devices, i.e. vibrators, in the elimination of the formed hydrate is dangerous. Thus, these mechanical devices can cause cracks in the weld seams in the belt or wellhead parts due to the vibration they cause.

In the end, some proposals and conclusions that are considered effective have been put forward.

Keywords: Underground gas storage, hydrate, formation, inhibitors, salt cave storage, antiaglomerant

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

QAZLARIN SAXLANILMASINDA YERALTI QAZ ANBARLARININ TƏSNİFATI VƏ İSTİSMAR SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI ÜÇÜN HİDRAT ƏMƏLƏGƏLMƏYƏ QARŞI MÜBARİZƏ ÜSULLARI

Elvin Seyfullayev
Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti, "Neftin-qazın nəqli və yığılması" kafedrası,
Doktorant, seyfullayev.elvin@gmail.com

XÜLASƏ

Təbii qazın neft və kömürdən fərqli olaraq daha az Karbon dioksid emmissiya etməsi ilə əlaqəli olaraq, qaz ən təmiz yanacaq növü kimi qiymətlədirilir. Buna görə də, bəzi ölkələrin öz sənaye işlərində qaz enerjisinə keçid etməsi təsadüfi faktor deyil. Həmin ölkələr daha çox iqtisadi səmərə əldə etmək üçün, eləcə də, baş verə biləcək fasilələrdən sığortalanmaq məqsədilə qazların yığılmasına böyük maraq göstərir. Belə ki, qazların yer üzərində saxlanılmasının səmərəsiz olması nəzərə alınaraq, yer altı qaz anbarları araşdırılmışdır.
Bu anbarların, tükənmiş neft qaz yataqlarında, duz və su təbəqələrində və lazım gəldikdə, suni şəkildə, partlayış üsulu ilə qaya boşluqlarında da yaradılması mümkündür. Bütün sadalanan yeraltı qaz anbarları növlərindən ən səmərəlisi olaraq, duz mağaraları qəbul edilmişdir. Buna səbəb, duzun qazı keçirməzlik xüsusiyyətidir. Duz təbəqələrinin, yeraltı qaz anbarı olaraq, hazırlanması, digər üsullarla müqayisədə daha baha olsa da, bu anbarlardan qazın istehlak üçün çıxarılması debitinin daha yüksək olması qeyd edilmişdir. Yeraltı qaz anbarlarından istifadə payına, yəni qaz saxlama həcminə görə, dünya ölkələri arasında statistik nəticələr araşdırılaraq, əlavə edilmişdir.
Digər tərəfdən, təbii qaz anbarlarının operatorlarının rastlaşdığı problemlərdən biri də, anbarlarda eləcə də, qaz nəql xətlərində qaz hidratının əmələ gəlməsi məsələsidir. Hidratların həm boru daxilində, həm də qaz anbarlarında əmələ gəlmə səbəbləri araşdırılmış və ona qarşı mübarizə metodları öyrənilmişdir. Hidrat əmələ gəlməsinin nəql prosesinə, eləcə də, qaz anbarlarının fəaliyyətinə təsiri, yəni yaratdığı problemlər araşdırılmışdır.
Hidratlarla mübarizə üçün 5 effektiv üsul qeyd edilmişdir. İhibitorlar, xüsusən də, kinetik inhibitorlar hidrat əmələ gəlməsinə qarşı mübarizədə ən effektiv metod kimi qiymətləndirilmişdir. Belə ki, kinetik inhibitorların həm hidrat əmələ gəlməsi zamanı, həm də artıq formalaşmış hidrat yığının ləğvində kompleks üsul kimi tətbiqi tövsiyyə edilmişdir.
Mexaniki qurğuların, yəni vibratorun formalaşmış hidratın ləğvində tətbiqinin təhlükəli olduğu müəyyən edilmişdir. Belə ki, bu mexaniki qurğular, yaratdığı titrəmə ilə kəmər və ya quyu ağzı hissələrdə olan qaynaq tikişlərinin çatlamasına səbəb ola bilər.
Sonda səmərəli hesab olunan bəzi təkliflər və nəticələr irəli sürülmüşdür.
Açar sözlər: Yeraltı qaz anbarı, hidrat, lay, inhibitorlar, duz mağarası anbarı, antiaqlomerat

Giriş

Bildiyimiz kimi, qaz istehlakı prosesi yay və qış fəsillərində əhəmiyyətli dərəcədə dəyişkənlik göstərir. Bu həm də, qaz alqı-satqısı zamanı tələbin qısamüddətli dəyişmələrinə məruz qalır. Bu problemin həlli yolu isə, yeraltı qaz anbarlarından istifadədir ki, geniş miqyasda qaz saxlamaqla həm istehlak tələbatı həmdə iqtisadi əlverişlilik balanslaşdırılır. Yerin üstündə saxlanmadan fərqli olaraq, yeraltı qaz anbarları daha böyük miqdarda qaz saxlaya bilər.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Yeraltı qaz anbarları duz mağaralarında, tükənən neft və qaz yataqlarında, yeraltı su təbəqələrində, o cümlədən də suni şəkildə partlayışla yaradılır. Yəni bu anbarlar, təbii və ya süni yeraltı boşluqlardır. Duz mağaraları yeraltı qaz anbarı üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Duzun petrofiziki xüsusiyyətlərinə görə, əlavə sızdırmazlıq tədbirlərinin görülməsinə ehtiyac yoxdur. Yeraltı qaz anbarının yaradılması zamanı, bu anbarın həcminin yetərincə böyük olması məlum olmalıdır. Duz təbəqəsində anbarın təşkili üçün qaya duzu qazılır, sonra duz süxurları şirin su ilə yuyulur və təbii qazın təhlükəsiz saxlanıla biləcəyi boşluqlar yaradır.

Yeraltı qaz anbarlarında saxlanılan qazın ümumi miqdarı funksiyasına görə, işçi və yastıq qazına bölünür. İşçi qaz, bilavasitə, qaz anbarının məqsədinə xidmət edən, yəni saxlanıla və çıxarıla bilən qazın həcmidir. Bir sözlə istehlak qazıdır. Yastıq qazı isə aşağı saxlama səviyyələrində, işçi qazın yüksək sürətlə anbardan çıxarılmasına imkan vermək üçün lazımi təzyiqi təmin edir.

Bununla belə, yeraltı qaz anbarları bəzi ekoloji risklər də yaradır. Məsələn, anbarlardan qaz sızması qrunt sularını və torpağı çirkləndirə bilər və qaz alovlandıqda partlayışlara da səbəb ola bilər. Beləliklə, ətraf mühitə dəyən zərərin qarşısını almaq və yaxınlıqdakı ərazilərin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün yeraltı qaz anbarlarının düzgün idarə edilməsi və monitorinqi vacibdir.

Hidrat birləşmələri yüksək təzyiq və aşağı temperaturda qazla suyun qarışması baş verən hər bir yerdə formalaşa bilər. Boru və ya yeraltı qaz anbarlarında, o cümlədən, qaz, neft quyularında yarana bilər. Qaz nəql xətlərində adətən hidrat dönmə, atqı və qoşqu xətlərinin, eləcə də, siyirtmə kranların olduğu yerlərdə formalaşır. Beləliklə, hidratlar bərk maddə halında olduqda, borunun en kəsik sahəsini daraldır. Nəql prosesinə mane olmaqla yanaşı, böyük təhlükələrə səbəb olur. Bu səbəbdən də, qaz hidratlarının ləğvi və əmələ gəlməsinin qarşısının alınması üsullarının tədqiqi və tətbiqi aktual mövzudur.

Qaz hidratlarının aradan qaldırılması üçün potensial üsullardan biri hidratların əmələ gəlməsinin qarşısını alan kimyəvi inhibitorların istifadəsidir. Başqa bir yanaşma, təzyiqin aşağı salındığı depressurizasiya üsuludur ki, bu zaman hidrat əmələ gəlmə təzyiqindən aşağı təzyiq yaradılmalıdır ki, hidrat formalaşa bilməsin. Bundan başqa, bir çox fərqli metodlarla da, əmələ gəlmiş hidratın ləğvini həyata keçirmək olar. Termal metod, qızdırılma yolu ilə hidratın ləğvinə çalışmaqdan ibarətdir. Mexaniki metod isə, boru daxilinə mexaniki qurğu buraxmaqdan və yaxud vibrator qurğularından istifadə ilə uyğun olaraq, hidratın borudan kənarlaşdırılması və parçalanması üçün idealdır.

Təhlükəsizlik, davamlılıq və kapital qoyuluş baxımından, hidratla mübarizədə, etilenqlikol inhibitoru, tənzimləmədən sonra nisbətən yüksək temperatur və aşağı təzyiq şəraitində daha yaxşı effektə sahibdir.

Məqsəd

Qazların saxlanılmasında əsas məqsədlər nələrdir və etibarlılıq və səmərəlilik baxımından yeraltı qaz anbarı yaratmaq üçün hansı üsul məqsədəuyğundur? Qaz saxlanılması və nəqli prosesində hidrat əmələ gəlmə, ona qarşı mübarizə üsullarının dəyərləndirilməsi və ən effektiv üsulun seçilməsi.

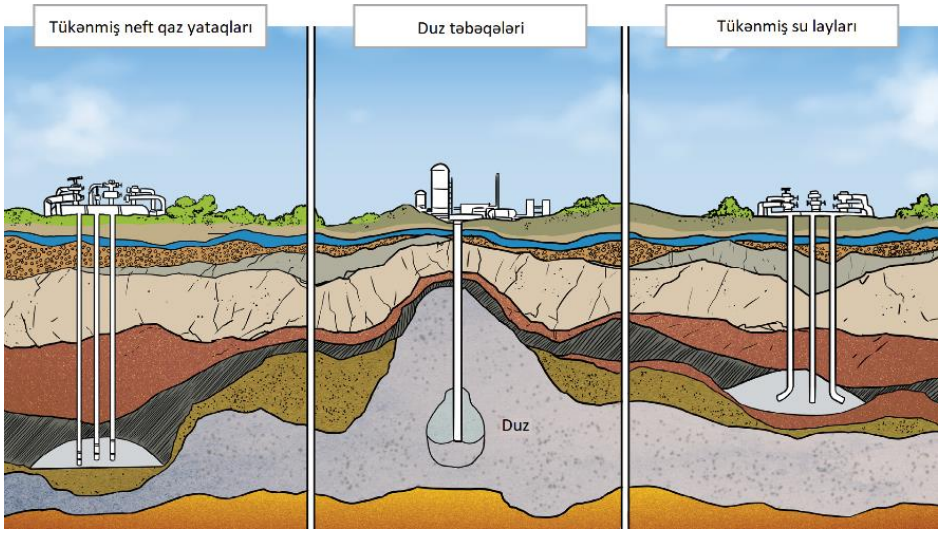
Metodlar

Yeraltı qaz anbarlarının təsnifatı, strateji əhəmiyyəti: Təbii qaz dünyada ən vacib enerji mənbələrindən hesab edilir baxmayaraq ki, bərpa oluna bilən enerji daimi artan populyarlığa malikdir. Emissiyalar baxımından enerji istehsalında təbii qazı ən təmiz yanacaq növü kimi

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

qiymətləndirmək olar. Belə ki, təbii qaz təkcə məişət işlərində deyil, eləcə də gübrə istehsalı, elektrik enerjisi istehsalı sənayesində, emal sənayesində, nəqliyyat və digər müxtəlif sahələrdə istifadə edilir. Qeyd edilməli nüansdır ki, təbii qaz neft və kömür ilə müqayisə zamanı ən təmiz yanacaq hesab edilir. Belə ki, təbii qaz ABŞ-ın Enerji İnformasiya Administrasiyasının məlumatına görə, müqayisə əsasında neftdən 25%, kömürdən isə 50% daha az CO_2 emissiya edir. Təsadüfi fakt deyil ki, Avropa ölkələrində, kömürlə işləyən elektrik stansiyalarını, təbii qazla işləyənlərlə əvəzləyirlər. Burada məqsəd CO_2 emisiyalarının azaldılmasıdır.

Neft və neft məhsulları, o cümlədən təbii qaz əsas enerji daşıyıcıları olaraq, daşınma prosesi əsas məsələlər kimi dəyərləndirilir. Belə ki nefti istənilən şəraitdə müxtəlif üsullarla nəql etmək mümkündürsə, qazın daşınması üçün isə bu, qeyri mümkündür. Belə ki, qaz yalnız boru kəmərləri və ya xüsusi sisternlərlə daşınıla bilər. Lakin, sisternlərlə daşınma zamanı (məs, qazdaşıyıcı gəmilərdə) qaz maye şəklində (LNG) və yaxud (CNG) sıxlaşdırılmış halda daşınılmalıdır. Belə daşınma olduqca böyük kapital tələb edir. Aydın məsələdir ki, qaz ixrac edən ölkədə mayeləşdirmə və qaz qəbul edən ölkədə isə istismar üçün yenidən qazlaşdırma terminalları qurulmalıdır. Dünya təcrübəsini əsas tutaraq demək olar ki, qazın daşınma yolunun uzunluğu 4500 km-dən aşağıdırsa, qazların maye halında nəql edilməsi, iqtisadi cəhətdən əlverişli sayılmır. Həmçinin, neft və neft məhsullarından fərqli olaraq, təbii qaz (LNG) maye halında yerüstü çənlərdə saxlanıla bilsə də, bu təhlükəli hesab edilir. Bu məqsədlə, qazın saxlanılması əsasən artıq tükənən neft və qaz yataqlarında, yeraltı su laylarında və duz mağaralarında həyata keçirilir (Şəkil 1). Bundan başqa, yeraltı qaz anbarlarını partlayış üsulu ilə də yaradırlar. Bu anbarlar, tələbatın çox olduğu istənilən yerdə yaradıla bilir.

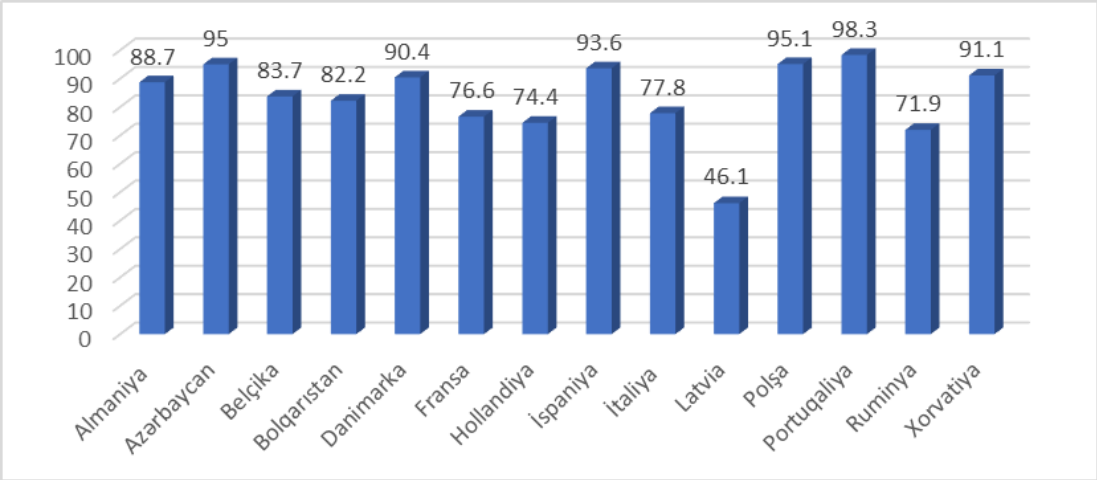


Şəkil 1. Yeraltı qaz anbarlarının növləri

Ümumən, partlayış metodu ilə tikilən yeraltı qaz anbarları üstünlüyü, onu tələbatın çox olduğu istənilən yerdə yaratmaqdan ibarətdir. Lakin, partlayış metodu ilə tikilən yeraltı qaz anbarlarının çatışmayan cəhətləri də mövcuddur ki, buraya, digər üsullardan fərqli olaraq, əlavə xərc tələb

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

etməsi və tutum həcminin az olması – aşağı səmərəlilik, istismar müddətinin az olması (5 ildən sonra yararsız hala düşür və əlavə xərc tələb edir) aiddir.
Yeraltı qaz anbarları, beynəlxalq şəkildə bunu UGS (Underground Gas Strange) sistemləri də adlandırırlar. Ümumən yeraltı qaz anbarları aşağıdakı məqsədlərlə istifadə edilir:
Hasilatçı ölkələrdə, hasilat prosesinin tənzimlənməsi məqsədilə, qazı yeraltı qaz anbarlarında saxlayaraq mövsümdən asılı olaraq, daha yüksək gəlir əldə edirlər. Yəni yayda tələbatın az olduğu vaxtda ucuz satmayıb, qışda yüksək qiymətə satış edə bilirlər.
Kəmərlərdə nəqlin balanslaşdırılması məqsədilə, əsasən nəql prosesini icra edən qürumlar tərəfindən bu üsul tətbiq edilir.
İdxalatcı ölkələrin qaz tələbatını təminat altına alması üçün tətbiq edilir. Belə ki, yaşana biləcək hər hansı problem zamanı qaz nəqli dayanarsa, həmin ölkələr yeraltı qaz anbarlarında saxladıqları qazdan istifadə etməyə başlayırlar.
Bizim ölkəmizdə də, yeraltı qaz anbarları mövcuddur. Bunlara, "Qalmaz" və "Qaradağ" yeraltı qaz anbarlarını nümunə göstərmək olar ki, ümumi həcmi 3,5 mlrd m^3-dir.
Portuqaliya qaz saxlama həcminə görə, dünya ölkələri arasında, ilk sırada qərarlaşır. Belə ki, 2023-cü ilin birinci rübündə nəzərə alınmış statistikaya görə, bu nisbət, Portuqaliyada 98.3% təşkil edir (Şəkil 2). Bu statistik sxemdən göründüyü kimi, Azərbaycan bir sıra inkişaf etmiş Avropa ölkələrini qabaqlayır.



Şəkil 2. Ölkələrin qaz saxlama həcminin faiz göstəriciləri.

Yeraltı qaz anbarlarından, kapital qoyuluşuna görə ən səmərəli sayılanı, tükənən neft-qaz yataqları olsa da, duz mağaralarında qazların saxlanmasının bir sıra üstünlükləri vardır.
Duz mağaralarında qazın saxlanılmasının üstünlüyü, duzun təbii qazı keçirməməsi hesab olunur. Bu anbar yer səthindən 1000-2500 m aşağıda yerləşən duz təbəqəsində qazılan boşluq hesab edilir. Duz mağarasının yeraltı qaz anbarına çevrilməsi üçün ilk addım bu məqsədə uyğun duz yatağını tapmaqdır. Bu mağaraların diametri 100 m, hündürlüyü isə 500 m olur. Duz mağarasının hazırlanması prosesini həm də, duz mağarasının yuyulması prosesi də adlandırmaq olar. Çünki, duz mağarası lazımi silindirik boşluğu əldə edənədək yuyulur. Bu yataqdan qazın çıxarılması üçün də su istifadə edilir. Duzun suda həll olma xüsusiyətindən istifadə edilir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Yeraltı qaz anbarı olaraq, duz təbəqəsindən istifadə digər üsullarla müqayisədə daha baha olur. Amma onda qazın çıxarılma debiti daha yüksək qeydə alınır ki, qazın çıxarılması debiti, gün ərzində anbardan çıxarıla bilən qaz miqdarıdır.

Bununla belə, təbii qaz anbarlarının operatorlarının üzləşdiyi əsas problem, boru kəmərlərində və ya rezervuar başlığını təmizləyici qurğuya birləşdirən avadanlıqda qaz hidratının əmələ gəlməsidir. Duz mağarasından qazın çıxarılması və ya tədarükü zamanı hidratların əmələ gəlməsinə görə, təzyiqin qeyri-dəqiq ölçülməsi və axının məhdudlaşdırılması kimi problemlər yarana bilir.

Hidrat əmələgəlməyə qarşı mübarizə üsulları: Təbii qaz hidratları, müəyyən termodinamik şərait yarandıqda, sərbəst su və təbii qazın yüksək təzyiq və aşağı temperaturda birləşdiyi zaman əmələ gələn maddələrdir . Bu, qaz və qaz-kondensat quyularında, anbarlarında, kəmərlərində, eləcə də neft quyularında baş verə bilər. Əgər, qaz tərkibində, turş qazlar mövcuddursa, onda, hidrat əmələgəlməsi instensiv hal alacaq. Təbii qaz hidratı və ya metan hidrat kimi tanınan, metan klatrat, çox miqdarda metanın tutulduğu bərk klatrat birləşmədir. Klatrat - qəfəs quruluşu meydana gətirən, molekuldan və onun içərisində sıxılmış başqa bir molekuldan ibarət kimyəvi bir maddədir. Bu halda, klatrat, su və metan qazından ibarət donmuş birləşmə növüdür.

Hidrat, hidravliki müqaviməti artırdığına görə, qazın quyudan çıxarılması və yaxud nəqli zamanı, uyğun olaraq, quyunun yaxud boru kəmərinin buraxma qabiliyyətinin azalması səbəbindən problemlər yaşanır.

Aşağıdakı 4 əsas komponent vasitəsilə hidratın formalaşdığı məlumdur:

1. Su;
2. Yüngül karbohidrogen qazları;
3. Yüksək təzyiq;
4. Aşağı temperatur.

Hidrat, xarici görünüşünə əsasən qar yaxud buza bənzər kiristalik ağ kütlədir (Şəkil 3). Təbii qaz hidratları təxminən 85% sudan ibarətdir. Buna görə hidratların fiziki xüsusiyyətləri buzun xüsusiyyətlərinə bənzəyir. Buza bənzəyən bərk hidratlar yeraltı qaz anbarlarında və qaz nəqli xətlərində mühüm problemlər yarada bilir. Belə ki, hidratlar, ötürmə qabiliyyətini azaldır və zaman keçdikcə boru kəmərini bağlaya və hətta partlada bilər.



Şəkil 3. Qaz boru kəmərində formalaşmış hidrat yığıntısı

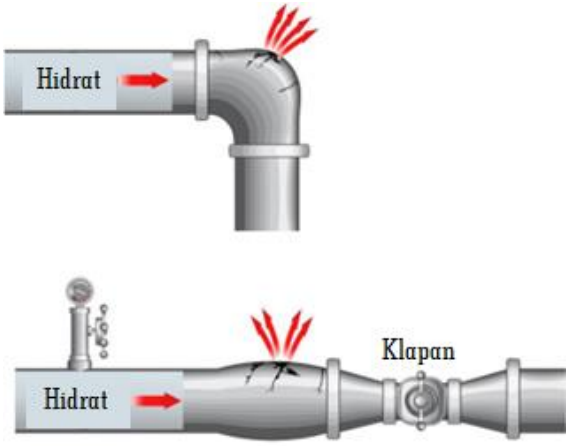
Magistral boru kəmərlərində qliserin kimi aşqarlardan istifadə edərək qazdan nəmi çıxarmaqla hidrat əmələ gəlməsinin qarşısı alınır. Lakin, bu hal kəsilməz nəql zamanı əlverişli sayılır.

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Hidrat əmələ gəlməsi ilə mübarizədə mümkün olan ən yaxşı strategiyanı təmin etmək üçün ilkin hidrat əmələ gəlməsinə səbəb olan əsas şərtləri hərtərəfli başa düşmək vacibdir. Hidrat əmələ gəlməsi üçün tələb olunan dörd əsas şərtlərdən birini və ya bir neçəsini dəyişdirməklə onun formalaşmasının qarşısını almaq olar. Bu komponentlərdən biri yoxdursa, metan hidratları əmələ gəlməyəcək. Bu şərtlərə əsasən, hidrat əmələ gəlməsinin qarşısını almaq üçün beş üsul var:

- Sistemdən nəm çıxarılmalıdır;
- Sistemin işləmə temperaturu artırılmalıdır;
- Sistem təzyiqi hidrat əmələ gəlmə həddinin altında saxlanılmalıdır;
- Kristal böyüməsini gecikdirmək üçün hidrat inhibitorlarından istifadə edilməlidir;
- Kristalların yığılmasının qarşısını almaq üçün anti-aqlomeratlardan istifadə edilməlidir.

Termodinamik tarazlıq sabit olarsa, qaz kəmərində hidratların yığılması uzun müddət qala bilər. Buna görə də, hidrat yığılmalarının əmələ gəlməsinin qarşısını, vaxtında almaq üçün, onların formalaşması üçün şərtləri bilməklə yanaşı, potensial yığılma yerlərini proqnozlaşdırmaq lazımdır. Belə ki, qaz hidratların əmələ gəlməsi üçün ən çox ehtimal olunan yerlər klapanlar, döngələr, atqı və qoşqu xətləri və kor borulardır (Şəkil 4).



Şəkil 4. Hidratın yığılması nəticəsində borunun qırılması.

Hidratla mübarizə üçün müxtəlif metodları tətbiq oluna bilər:

1. Boru xətlərində hidrat əmələ gəlməsinin qarşısını almaq üçün, ənənəvi yanaşma, qızdırılma üsuludur. Bu metod termal üsul olaraq adlandırılır. Termal üsul, hidratın əmələ gəldiyi ərazinin qızdırılması ilə, onun qaz və suya dağılmasına səbəb olur. Ancaq bu, sadə bir iş deyil. Xarici temperatur aşağı olduqda, bu üsul çox səmərəsizdir və əhəmiyyətli miqdarda enerji itkisinə səbəb olur. Hidrat əmələ gəlməsi üçün hədd temperaturu qazın tərkibindən asılı olaraq dəyişir. Təxminən bu dəyər 24 ° C-dir. Bu temperaturdan yuxarı hidratların əmələ gəlməsi ehtimalı azdır. Termal metod bir neçə yolla tətbiq oluna bilər:

Qaz anbarında, hidratı qızdırmaq və onu parçalamaq üçün laya isti suyun vurulması metodu əlverişsiz sayılır. Çünki, əvvəlcə hidratın parçalanmasına nail olunsa da, sonrada onun yenidən yaranmasına səbəb olur.

Hidrat əmələ gələn təbəqəni qızdırmaq və hidratı ayırmaq üçün elektrik müqavimətindən istifadə (elektrikli isitmə üsulu) edilməsi əlverişli üsul sayılır. Bu üsul hələ eksperimental mərhələdədir,

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

lakin laboratoriya tədqiqatlarında ümidverici nəticələr göstərmişdir. Buna baxmayaraq, qeyd edilməlidir ki, bu üsulla hidrat ləğv edilməsi üçün sistem daimi işlək olmalıdır. Əks halda, bu birləşmə yenidən formalaşa bilir.

2. Mexaniki metod: Bu metod, qaz boru kəmərində yaranmış hidrat çöküntülərini təmizləmək üçün, xarici diametri, boru kəmərinin daxili diametrinə bərabər olan, çevik və elastiki (neopren rezin) materialdan hazırlanmış, sferik və ya silindrik diskə bənzər qurğunun boru daxilinə buraxılmasından ibarətdir (Şəkil 5.a). Bu metodun çatışmayan əsas cəhətləri olaraq, nəqlin dayanmasına səbəb olması, kəmərin dönmə yerlərində hidrat yığınının preslənməsini göstərmək olar.



Şəkil 5. a) manjentli, sferik mexaniki qurğu; b) Mexaniki metodla formalaşmış hidratın boru daxilindən çıxarılması

Bundan başqa, istehsalatda geniş tətbiq olunmasa da, mövcud olan, vibrasiya metodu ilə formalaşmış hidratın parçalanmasına nail olunur. Bu mexaniki qurğu – vibrator (Şəkil 6), zəif titrətmə ilə boru kəmərini silkələyir. Nəticədə, hidrat parçalanır.



Şəkil 6. Vibrator qurğusu

3. Termodinamik inhibitorlarla su molekulları arasındakı kimyəvi potensial dəyişir. İnhibitorlar kimi, xüsusilə qələvi halogenidlər, metanol və qlikollar istifadə olunur. Ən çox istifadə edilən termodinamik inhibitor hidratların əmələ gəlməsinin qarşısını almaq üçün qaz axınına vurulan metanoldur. Metanol qaz fazasında suyun tarazlıq konsentrasiyasını azaltmaqla fəaliyyət göstərir ki, bu da sonradan hidrat əmələ gəlməsi üçün hərəkətverici qüvvəni azaldır.

Termodinamik hidrat inhibitorlarının üstünlüyü, onların təkrar emal imkanının mövcudluğu və istənilən növ karbohidrogenlə işləməsidir. Çatışmayan cəhəti isə, termodinamik inhibitorun

yüksək həcmdə tələb olunmasıdır. Çox nadir hallarda, termodinamik inhibitorlar, hidrat əmələ gəlməsinin qarşısını almaq əvəzinə, onun yaranmasına səbəb olur.

4. Kinetik inhibitorlara, Anti-aqlomeratlar aid edilir. Bu inhibitorlar hidratın səthini hidrofobik hala gətirərək işləyir. Anti-aqlomerat, hidrat hissəciklərinin əmələ gəlməsinə, yox, bu hissəciklərin, daha böyük qruplara yığılmasına mane olur. Hidrat hissəcikləri karbohidrogen fazasında dağılmış vəziyyətdə qalır və boru kəmərini bağlaya bilmir. Anti-aqlomeratlar karbohidrogen axın xətlərində və yeraltı qaz anbarlarında qaz hidratının tıxanması riskini azaltmaq üçün perspektivli həll yoludur.

Qızdırılma üsulu ilə hidratın ləğvində, maye molekullarının, yenidən, hidrat birləşmələri formalaşdıraraq, bütün borunun en kəsik sahəsinin tutulmasının, qarşısının alınması məqsədilə, elektrikli qızdırılmadan sonra, Anti-aqlomeratların tətbiqi məqsədə uyğun hesab olunur.

5. Formalaşan hidratın, aradan qaldırılması məqsədi üçün təzyiq azaldılmalıdır. Təzyiqi hidrat əmələgəlmə təzyiqindən aşağı saldıqdan sonra, təxminən 1-1,5 saatadək hidratlarda parçalanma prosesi baş tutur. Nəzərə alınmalı nüansdır ki, təzyiq azaltma prosesi müsbət temperaturda aparılmalıdır. Əks halda, hidrat buzlaşması baş verəcək. Bu metodun səmərəliliyinin artırılması üçün, inhibitorlarla birgə tətbiqi tövsiyə edilir. Belə ki, su ilə doymuş qaza inhibitorlar əlavə edilir. İnhibitorlar su buxarını udmaqla, onların donma temperaturunu aşağı salır. Beləliklə, bu məhlullarda hidrat əmələ gəlməsi çox aşağı temperaturlarda müşahidə edildiyindən, onların yenidən hidrat yaratmadığı anlayışı qəbul edilir. İnhibitorlara nümunə kimi, Etilenqlikol, Dietilenqlikol, Trietilenqlikol, Metil spirti və s. göstərmək olar.

Hidratın yaranmasının qarşısını almaq məqsədilə, tətbiq olunan inhibitorların xüsusi sərfi (q_i) aşağıdakı ifadə ilə müəyyənləşdirilir:

$$q_i = \frac{(\omega_1 - \omega_2)}{c_1 - c_2} + 10^{-3}\alpha c_2$$

Burada, ω_1 və ω_2 – uyğun olaraq, inhibitorlar daxil və xaric edilərkən qaz nəmliyidir; c_1 və c_2 – inhibitorların kütlə qatılığı; α – əmsaldır.

E. G. Hammerşmidt inhibitorlar üçün əldə olunmuş bir çox eksperimental məlumatların işlənməsi ilə, tətbiq edilən inhibitorların effektliliyini qiymətləndirmək üçün emprik ifadə təklif etmişdir:

$$\Delta T = \frac{K \cdot X}{M \cdot (100 - X)}$$

Burada, ΔT – hidratların əmələ gəlməsinin temperaturunun dəyişməsi; K – inhibitorun növündən asılı olan sabit; X – inhibitor konsentrasiyası, %; M – inhibitorun molekulyar çəkisidir.

Bu problemin potensial həlli, hidrat formalaşmasına qarşı, universal inhibitordan istifadə etməkdir. Belə bir inhibitor hidratların əmələ gəlməsinin qarşısını alacaq, qazın boru kəmərləri və rezervuarlardan daha səmərəli axmasına imkan verəcəkdir.

Nəticə

1. Ümumilikdə, hidrat əmələ gəlməsinə qarşı universal inhibitordan istifadə hidrat əmələ gəlməsi nəticəsində yaranan tıxacların və digər problemlərin qarşısını almaqla qaz

təchizatının səmərəliliyini artırmaq üçün effektiv üsul ola bilər. Bununla belə, qaz təchizatının fasiləsiz qalmasını təmin etmək üçün müvafiq inhibitoru diqqətlə seçmək və zamanla onun effektivliyinə nəzarət etmək vacibdir.

2. Təbii qaz hidratları qeyri-sabit kimyəvi birləşmələr olduğundan, termodinamik tarazlıqdan hər hansı bir sapma onların parçalanmasına səbəb olur.
3. Zəif tezlikli vibratorların sənayedə tətbiqi zamanı, nəzərə alınmalıdır ki, bu cihazlar qaynaq tikişlərinə yaxın tətbiq edilməməlidir. Əks halda, qaynaq tikişində çatlar yarana və partlayışa səbəb ola bilər. Bu baxımdan bu qurğuların istehsalatda tətbiq olunması tövsiyə edilmir.
4. Yeraltı qaz anbarlarında istifadə zamanı, əsas problem, təchizat və ölçmə xətlərində hidratların əmələ gəlməsidir. Hidratların əmələ gəlməsi, boru kəmərinin buraxma qabiliyyətinin azalması ilə qaz axınına mane ola bilər ki, bu da, borunun qırılmasına səbəb ola bilər.
5. Artıq formalaşmış hidratın qızdırılma yolu ilə ləğvi zamanı, səmərəlilik üçün sistem dayandırıldıqda, ərimiş su molekulları yenidən hidrat yaranmasına səbəb olur. Buna görə də, hidratla mübarizədə, kinetik inhibitorların tətbiqi ilə qızdırılma üsulunun tətbiqinin üsulla təklif olunur.

ƏDƏBİYYAT

1. E. Axundzadə. Enerji təhlükəsizliyi baxımından yeraltı qaz anbarlarının strateji əhəmiyyəti. Bakı 2021. Səh.5.
2. Ə.S. Məlikov., Ə.M. İsmayılov., S.Y. Rəsulov. Qaz təsərrüfatının istismarı. Bakı 2008. Səh.312.
3. H.F. Mirələmov., Q.Q. İsmayılov., E.X. İskəndərov., F.B. İsmayılova. Təbii qazın nəqli və saxlanması. Bakı 2020. Səh.186.
4. Chittawan Nakarit. Gas hydrate formation and vontrol by the use of chemicals. University of Stavanger 2012.76 pg.
5. Grunvald A.V. The use of methanol in the gas industry as an inhibitor of hydrate formation and the forecast of its consumption in the period up to 2030. Oil and gas business, 2007. 25 p.
6. Ingo Grevemeyer., Heinrich Villinger. Gas hydrate stability and the assessment of heat flow through continental margins. Germany 2000. 14 pg.
7. J.S. Minchenko., A.G. Ramiz., R.G. Eldar. Features of the underground storages constructions in depleted oil and gas condensate fields. Journal of Mining Institute. 2020. Vol. 244. Pg. 418-427.
8. M. Naseer., W. Brandstatter. Hydrate formation in natural gas pipelines. WIT Transactions on Engineering Sciences, WIT Press Vol 70, 2011. Page 10.
9. Sadegh. R. Badakhshan. A study of formation and dissociation of gas hydrate. Texas 2012. Page 129.
10. V.B. Volovetskyi., Y.V. Doroshenko., A.O. Bugai., G.M. Kogut., P.M. Raiter., Y.M. Femiak., R.V. Bondarenko. Developing measures to eliminate of hydrate formation in underground gas storages // Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering. 2022. Vol. 111, Issue 2.

11. https://as-schneider.blog/2021/12/09/natural-gas-storage-in-salt-caverns-and-the-challenge-of-hydrate-formation/
12. https://as-schneider.blog/2022/01/13/how-to-avoid-hydrate-formation-during-natural-gas-storage-in-salt-caverns/
13. https://commons.und.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4384&context=theses
14. https://earthworks.org/issues/gas-storage/
15. https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/272/2/022076

КЛАССИФИКАЦИЯ ГАЗОВЫХ РЕЗЕРВУАРОВ В ГАЗОХРАНИЛИЩАХ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ГИДРАТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Эльвин Сейфуллаев
Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности, кафедра "Транспортировка и хранение нефти и газа", докторант, seyfullayev.elvin@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Благодаря тому, что природный газ выделяет меньше углекислого газа, чем нефть и уголь, газ считается самым чистым топливом. Поэтому не случайно некоторые страны переходят на газовую энергию в своей промышленной деятельности. Эти страны проявляют большой интерес к аккумулированию газов для достижения большей экономической эффективности, а также для страховки от возможных перебоев. Таким образом, с учетом неэффективности хранения газов на земле были исследованы подземные газохранилища.
Эти резервуары можно создавать в отработанных месторождениях нефти и газа, соляных и водных пластах и, при необходимости, искусственно, в полостях горных пород путем взрывных работ. Соляные пещеры считаются наиболее эффективными из всех перечисленных типов подземных газохранилищ. Причиной этого является газонепроницаемое свойство соли. Хотя подготовка соляных пластов в качестве подземного газохранилища дороже других методов, было отмечено, что скорость извлечения газа из этих пластов для потребления выше. По доле использования подземных хранилищ газа, то есть объему хранения газа, исследованы и дополнены статистические результаты среди стран мира.
С другой стороны, одной из проблем, с которой сталкиваются операторы хранилищ природного газа, является образование гидратов газа как в хранилищах, так и в газопроводах. Исследованы причины образования гидратов как внутри трубы, так и в газохранилищах и изучены методы борьбы с ними. Исследовано влияние гидратообразования на процесс транспортировки, а также на работу газохранилищ, то есть проблемы, вызванные им.
Есть 5 эффективных способов борьбы с гидратациями. Ингибиторы, особенно кинетические ингибиторы, признаны наиболее эффективным методом борьбы с гидратообразованием. Таким образом, было рекомендовано применение кинетических ингибиторов как при гидратообразовании, так и в качестве комплексного метода ликвидации уже образовавшихся гидратных навалов.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Установлено, что использование механических приспособлений – вибраторов при ликвидации образовавшегося гидрата опасно. Таким образом, эти механические устройства могут вызывать трещины в сварных швах пояса или устьевых частей из-за создаваемой ими вибрации.
В итоге были выдвинуты некоторые предложения и выводы, которые считаются эффективными.
Ключевые слова: подземный резервуар газа, гидрат, пласт, ингибиторы, соляной пласт, антиагломерат.

Publication history

Article received: 10.03.2023
Article accepted: 24.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-465

E-ISSN: 2674-5224
477-482 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

SALT PRECISIONS IN THE NATURAL GAS TRANSPORTATION PROCESS

Fidan Ismayilova[1], Asiman Jamalov[2]
[1,2]Azerbaijan State Oil and Industry University, [1,2]Department of Oil and Gas Transportation and Storage
[1]Docent, fidan.ibishova.85@gmail.com
[2]Master student, asiman.148@gmail.com

ABSTRACT

Salt precipitation in the process of preparing natural gas for transportation has an extremely negative effect on the safety of pipeline operation. It causes increased local corrosion of pipe metal, which leads to many problems in natural gas. The number of failures caused by salt deposition due to the development of local corrosion of oil and gas pipelines is up to 40% of their total failure. The situation is aggravated by the fact that in practice it is very difficult to identify the areas affected by localized corrosion of pipelines. There are cases where labor pressure in technological pipelines increased 3.5 times in three months due to large-scale development in oil and gas industry enterprises. Under such conditions, the pipeline metal is subjected to low-cycle corrosion fatigue, which leads to accelerated failure of the pipelines. Salt deposits in pipes with a diameter of 150 mm and a thickness of 1.5 mm increase the energy consumption during gas transportation by 15%, and in pipes with a thickness of 13 mm by 60%, which clearly shows the level of economic losses caused by complications during gas transportation.

Salt sensitivities in the natural gas transportation process is one of the problems experienced especially during the transportation of natural gas through pipelines. Salt sensitivities are when water vapor and salt in natural gas stick to pipelines or equipment, causing blockages or corrosion inside pipes. These problems can hinder the transport of natural gas or reduce its efficiency.

Preparing natural gas for transportation involves several steps to ensure that the gas is in optimal condition for safe and efficient transportation. One of the difficulties in this process is the accumulation of salt deposits that can cause corrosion and clogging in pipelines, the process of hydrate formation.

In addition, the dissertation examines the use of inhibitors to prevent further damage to pipelines. Avoidance of hydrate formation using methanol injection is also discussed, along with formulas for calculating optimal methanol concentration and flow rate.

The use of nanofiltration and electrodialysis to prevent salt precipitation, principles and operations of gas dehydration are investigated.

The water vapor and salt in natural gas can vary depending on the source and composition of the gas. Therefore, it is important to monitor and control water vapor and salt levels during the transport of natural gas. Where water vapor and salt levels are high, it is necessary to control the temperature, pressure and humidity levels in the pipelines. Coating the inner surfaces of the pipelines or applying special coatings can prevent salt from adhering to the pipelines.

Salt sensitivities are an important factor to consider when transporting natural gas. Therefore, it is important that the equipment and pipelines used for the transportation and storage of natural gas are designed and operated in accordance with salt sensitivity.

Keywords: natural gas, salt deposits, chloride, carbonate

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

TƏBII QAZIN NƏQLƏ HAZIRLANMASI PROSESINDƏ DUZ ÇÖKMƏLƏRI

Fidan.İsmayılova[1], Asiman Camalov[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti, [1,2] "Neftin,qazın nəqli və saxlanılması "kafedrası
[1]Dosent, fidan.ibishova.85@gmail.com
[2]Magistr tələbəsi, asiman.148@gmail.com

XÜLASƏ

Təbii qazın nəqlə hazırlanması prosesində duzun çökməsi boru kəmərinin istismarının təhlükəsizliyinə son dərəcə mənfi təsir göstərir. Boru metalının yerli korroziyasının artmasına səbəb olur ki, bu da təbii qazda bir çox problemlərə gətirib çıxarır. Neft və qaz kəmərlərinin yerli korroziyanın inkişafı nəticəsində duz çökməsi nəticəsində yaranan nasazlıqların sayı onların ümumi sıradan çıxmasının 40%-ə qədərini təşkil edir. Vəziyyət onunla daha da ağırlaşır ki, praktikada boru kəmərlərinin lokal korroziyasına məruz qalan əraziləri müəyyən etmək çox çətindir. Neft-qaz sənayesi müəssisələrində üç ay ərzində miqyasda işlənmə ilə əlaqədar texnoloji boru kəmərlərində işçi təzyiqinin 3,5 dəfə artdığı hallar var. Belə şəraitdə boru kəmərinin metalı aşağı dövrəli korroziya yorğunluğuna məruz qalır ki, bu da boruların sürətlənmiş sıradan çıxmasına gətirib çıxarır. Diametri 150 mm və qalınlığı 1,5 mm olan borularda duz çöküntüləri qazın nəqli zamanı enerji sərfiyyatını 15%, 13 mm qalınlığında isə 60% artırır ki, bu da qazın nəqli zamanı yaranan fəsadlardan iqtisadi itkilərin səviyyəsini aydın şəkildə göstərir.
Açar sözlər: təbii qaz, duz yataqları, xlorid, karbonat

Giriş

Təbii qazın nəqli qazın təhlükəsizliyini və keyfiyyətini təmin etmək üçün mürəkkəb və dəqiq bir proses tələb edir. Bu prosesin kritik cəhətlərindən biri qazın tərkibindəki duzun idarə olunmasıdır. Avadanlıqların zədələnməsinə, sızmalara və partlayışlara səbəb ola biləcək nəqliyyat sistemində korroziyanın qarşısını almaq üçün duz dəqiqliyi vacibdir. Bu yazıda təbii qazın nəqli prosesində duz dəqiqliyinin əhəmiyyətini araşdıracağıq.

Yerdən çıxarılan təbii qazın tərkibində müəyyən miqdarda duz var ki, bu da nəqliyyat sisteminə zərər verə bilər. Qazda duz olduqda, boru kəmərlərində, klapanlarda və digər avadanlıqlarda korroziyaya səbəb ola bilər, bu da sızmalara və digər təhlükəsizlik təhlükələrinə səbəb ola bilər. Buna görə də, bu problemlərin qarşısını almaq üçün təbii qazda duz miqdarını ölçmək və idarə etmək vacibdir.

Duz tərkibinin idarə edilməsində ilk addım qazda olan duzun miqdarını ölçməkdir. Bu, qazın çiy nöqtəsini ölçən hiqrometr adlı cihazdan istifadə etməklə həyata keçirilir. Çiy nöqtəsi qazın qatılaşmağa başladığı və damcı əmələ gətirdiyi temperaturdur. Qazın tərkibində duz varsa, şeh nöqtəsi duzsuz olduğundan daha aşağı olacaq. Şeh nöqtəsini ölçməklə operatorlar qazın duz tərkibini müəyyən edə bilərlər.

Duzun tərkibi müəyyən edildikdən sonra operatorlar onu idarə etmək üçün addımlar ata bilərlər. Ümumi üsullardan biri suyu qazdan çıxaran susuzlaşdırma sistemindən istifadə etməkdir. Duz adətən suda olur, buna görə də suyun çıxarılması duzun çoxunu da çıxarır. Susuzlaşdırma sistemləri suyu qazdan çıxarmaq üçün müxtəlif üsullardan, o cümlədən udma, adsorbsiya və soyuducudan istifadə edə bilər.

Duz tərkibini idarə etməyin başqa bir üsulu qaza kimyəvi maddələrin vurulmasıdır. Korroziya inhibitorları adlanan bu kimyəvi maddələr duzu zərərsizləşdirərək korroziyanın qarşısını ala bilir. Korroziya inhibitorları qazın korroziyadan qorunub saxlanmasını təmin etmək üçün adətən nəqliyyat sisteminin müxtəlif nöqtələrində qaza vurulur.
Bu üsullara əlavə olaraq, operatorlar duzun məqbul həddə qalmasını təmin etmək üçün mütəmadi olaraq ona nəzarət etməlidirlər. Əgər duz miqdarı çox yüksəkdirsə, operatorlar susuzlaşdırma sistemlərini tənzimləməli və ya istifadə etdikləri korroziya inhibitorlarının miqdarını artırmalı ola bilər [5, s. 19].

Məqsəd

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar

Təbii qazın nəqli zamanı duz yataqları problemi təbii qazın boru kəmərləri ilə nəqli zamanı yarana biləcək problemdir. Bu problem təbii qazın tərkibindəki su buxarı soyuq borulara dəydikdə və kondensasiya olunduqda yaranır. Qatılaşdırılmış su boruların içərisindəki duzlu komponentlərlə birləşərək duz yataqlarını əmələ gətirir.
Duz yataqları boruların daxili diametrini daraldır və mayenin müqavimətini artırır. Bu, boruların tutumunu azaldır və enerji itkisinə səbəb ola bilər. Duz yataqları boruların içərisində təbii qazın keyfiyyətinə də təsir edə bilər.
Duz yataqları problemi təbii qaz sənayesində mühüm məsələdir və bununla bağlı çoxlu tədqiqatlar aparılmışdır. Bu tədqiqatların bir çoxu boru kəmərlərinin layihələndirilməsi, istismarı və saxlanmasına yönəlib.
Məsələn, boruların dizaynında və material seçimində duz yataqlarının problemini azaldan xüsusiyyətlər nəzərə alına bilər. Həmçinin, boruların istismarı zamanı müvafiq temperatur, təzyiq və axın sürəti kimi parametrlərə nəzarət duz yataqlarının əmələ gəlməsinin qarşısını ala bilər. Duz çöküntüləri problemini azaltmaq üçün istifadə edilən digər üsullar arasında baxım və təmizlik işləri də var.
Təbii qaz yüksək kalorili dəyəri olan ucuz yanacaq kimi geniş istifadə olunur. Məişət və sənaye ehtiyacları üçün ən yaxşı yanacaq növlərindən biridir. Qazın istehlakçılara çatdırılmasının ən çox yayılmış yolu boru kəmərləridir.
Lakin magistral boru kəmərlərinə verilməzdən əvvəl qazı hazırlamaq lazımdır ki, o, bir sıra tələblərə cavab versin. Bunlardan ən çətini su və karbohidrogenlər üçün şeh nöqtəsi temperaturudur.
Bir sıra müəlliflərin tədqiqatlarının göstərdiyi kimi, karbonat duzlarının çökməsinin şərtləri və səbəbləri rast gəlinən bütün digər duzların çökməsinin səbəblərindən qat-qat müxtəlifdir.
Bəzi hallarda qazın nəqli zamanı qaz yataqların tərkibində maqnezium karbonat yataqlarına rast gəlinir
Ümumiyyətlə, maqnezium karbonat kalsium karbonat çöküntüsü ilə eyni təhlükə yaratmır. Bir qayda olaraq, tərkibində maqnezium olan təbii sular da kalsiumdan ibarətdir. Maqnezium karbonatın həll olunma qabiliyyətini azaltmağa yönəlmiş suda hər hansı bir balanssızlıq, eyni zamanda daha az həll olunan kalsium karbonatın həllolma qabiliyyətini azaldacaq, bu da ilk olaraq çökəcək və bu da karbonat ionlarının tərkibində müvafiq azalmaya səbəb olacaqdır. Buna görə də, karbonat tarazlığı şərtlərinin əhəmiyyətli dərəcədə pozulmasına baxmayaraq, tərkibində kalsium və maqnezium olan lay suları adətən kalsium karbonatı çökdürür [2, s. 50].

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Həm sulfat, həm də karbonat duzları əlaqəli sulardan çökürsə, çöküntülərin aydın lokalizasiyası adətən müşahidə olunur: borularda, xüsusən quyunun aşağı yarısında kalsium və barium sulfatlar üstünlük təşkil edir, kalsiumun karbon duzları və qismən maqnezium çökür.
Natrium xlorid (NaCl) demək olar ki, bütün lay sularının əsas duz komponentidir. Halit yüksək həll olunan maddədir, onun distillə edilmiş suda 30°C temperaturda həll olunma qabiliyyəti 363 q/1000 q su təşkil edir. Xörək duzunun həllolma qabiliyyəti temperaturun artması ilə əhəmiyyətli dərəcədə artır. NaCl -nin həllinə təzyiqin təsiri azdır, təzyiqin artması həllolma qabiliyyətini bir qədər artırır.
Qaz hasilatı zamanı natrium xlorid yataqlarına qaz yataqlarının yüksək minerallaşmış duzlu sularla təmasda olduğu yataqlarda rast gəlinir [3, s. 22].

Metodlar

Təbii qazın nəqlə hazırlanması prosesində duz yataqları yarana bilər. Duz yataqları borularda tıxanmalara və digər problemlərə səbəb ola bilər. Ona görə də təbii qazın daşınması zamanı duz yataqlarının çıxarılması vacibdir.
Duz yataqlarını çıxarmaq üçün bir neçə üsul var:

- Kimyəvi təmizləmə: Borulara vurulan kimyəvi maddələr duz yataqlarını həll edir və təmizləyir. Bu üsul ümumiyyətlə daha az xərclidir, lakin ətraf mühitə zərərli kimyəvi maddələrin istifadəsi səbəbindən bəzi çatışmazlıqlara malikdir.
- Mexanik Təmizləmə: Bu üsul xüsusi hazırlanmış boru təmizləmə maşınları ilə duz çöküntülərinin sıyrılması ilə həyata keçirilir. Bu üsul daha bahalı ola bilər, lakin daha ekoloji cəhətdən təmizdir.
- Püskürtmə: Boruların üzərinə yüksək təzyiqli su və ya digər mayelər çiləyərək duz çöküntülərinin təmizlənməsi üsuludur. Bu üsul daha az xərclidir və ekoloji cəhətdən daha az zərərlidir, lakin bəzi hallarda kifayət etməyə bilər.
- Duz çöküntülərinin qarşısının alınması: Duz çöküntülərinin qarşısının alınması boruların müntəzəm baxımı və təmizlənməsi ilə əldə edilə bilər. Bu üsul uzunmüddətli perspektivdə daha qənaətcil və ekoloji cəhətdən daha təmizdir.

Hansı üsuldan istifadə ediləcəyi duz yataqlarının miqdarından, borunun vəziyyətindən və ətraf mühit amillərindən asılı olaraq dəyişə bilər [1, s. 25].
Qeyri-üzvi duzların çökməsi ilə mübarizənin əsas istiqaməti onların boru kəmərlərində çökməsinin qarşısını almaq üsullarından istifadə etməkdir. Bu zaman duz yataqlarının əmələ gəlməsinin səbəblərini, şəraitini və zonalarını hərtərəfli öyrənmək əsasında düzgün üsul seçmək olar. Duz çökməsinin qarşısını almaq üçün mövcud üsulları aşağıdakı iki qrupa bölmək olar:

1. kimyəvi
2. reagentsiz.

Kimyəvi üsullara yüksək minerallaşmış, lay suları ilə uyğun gələn su anbarına vurulmaq üçün hazırlanması və istifadəsi daxildir.
Qeyri-üzvi duzların çökməsinin qarşısının alınması üçün məlum üsullardan hazırda ən effektiv və texnoloji cəhətdən təkmil olanı kimyəvi reagentlərdən – duz çökmə inhibitorlarından istifadə üsuludur. Scaling inhibitorları ümumi və xüsusi bölünə bilən ciddi tələblərə tabedir.
Ümumi Tələb olunanlar aşağıdakılardır:

- Qaz hasilatı, yığılması, daşınması və emalının texnoloji proseslərinə, o cümlədən kimyəvi məhsullardan onlarda başqa məqsədlər üçün istifadə edildikdə mənfi təsir göstərməməlidir;

- Qaz hasilatının texnoloji prosesinə mənfi təsir göstərməməli və emal olunmuş məhsulların keyfiyyətini aşağı salmamalıdır;
- Onların həll olunduğu mühitin korroziyasını artırmamalıdır;
- Su-yağ emulsiyasının dayanıqlığının artırılmasına töhfə verməməlidir;
- Hər bir inhibitorun tətbiqinin texnoloji xarakteristikası, suda və havada icazə verilən maksimum konsentrasiyası, habelə işin təhlükəsiz aparılması üçün tövsiyələr olmalıdır [4, s. 9].

Xüsusi tələblər aşağıdakılardır:

1. Reagentin aşağı konsentrasiyalarında qeyri-üzvi duzların çökməsinin qarşısını almaq qabiliyyətinə malik olmalıdır;
2. Müxtəlif tərkibli lay və vurulan sulara uyğun olmalı və onlarda yaxşı həll olunmalıdır;
3. Saxlama və daşıma zamanı sabit olmalıdır.

İstifadə şərtlərindən asılı olaraq əlavə xüsusi tələblər tətbiq oluna bilər. Beləliklə, qışda maye məhlullardan istifadə edərkən, onların donma temperaturuna, məhlulların özlülüyünə tələblər qoyulur. İnhibitor məhlullarını dib zonasına sıxarkən, adsorbsiya-desorbsiya xüsusiyyətlərinə müvafiq tələblər qoyulur. Onları qablara yükləmək üçün nəzərdə tutulmuş qranullar və tabletlər şəklində bərk inhibitorlar müxtəlif duzluluq və tərkibli suda yavaş həll olmalıdır [4, s. 10].

Duz çökməsinin inhibitorları olan reagentlərin işləmə mexanizmi mürəkkəbdir və tam başa düşülməmişdir. Müəyyən edilmişdir ki, ən təsirli və sərfəli inhibitorlar "ərəfəsində effekt" nümayiş etdirənlərdir. Bu təsir, reagent yaranan çöküntünün mikrokristal nüvələrini örtdükdə, onların böyüməsini ləngidəndə və çökmə səviyyəsindən yuxarı konsentrasiyalarda məhlulda süspansiyonda saxladıqda baş verir.

Qorunan avadanlığın səthində də inhibitor adsorbsiya təbəqələri göründüyü üçün bu mikromolekullar metal səthlərə zəif yapışır və maye axını ilə asanlıqla daşınır. Bəzi inhibitorlar duzların kristallaşmasının qarşısını almaq üçün çox az şey edir, lakin eyni zamanda kristalların formasını dəyişdirir və onların daha da böyüməsinin qarşısını alır [2, s. 58].

Nəticə

Bu günə qədər kimyəvi təbiətinə görə duzların çökməsinin qarşısını almağa qadir olan çoxsaylı birləşmə qrupları müəyyən edilmişdir. Buna görə də, müxtəlif tərkibli duzların bu və ya digər dərəcədə çökməsinin qarşısını almağa qadir olan miqyaslı inhibitorların diapazonu kifayət qədər genişdir. Bununla belə, neft hasilatı praktikasında məhdud sayda yerli və xarici markalı inhibitorlardan geniş istifadə olunur.

Duz çökməsinin qarşısını almaq üçün reaktiv olmayan üsullara bunlar daxildir: güclü maqnit və akustik sahələr ilə həddindən artıq doymuş duz məhlullarına məruz qalma, borular və nasosların işçi orqanları üçün qoruyucu örtüklərin istifadəsi. Bu qrupa həmçinin quyunun istismarının texnoloji amillərinin dəyişməsinə əsaslanan tədbirlər, məsələn, xüsusi izolyasiya işləri, borularda yüksək təzyiqlərin saxlanılması digər konstruksiya dəyişiklikləri daxildir. Bundan əlavə, bəzi hallarda, maqnit və akustik sahələri olan həddindən artıq doymuş duzlu sulu məhlullara məruz qalma istifadə olunur. Eyni zamanda, maqnit emalının səmərəliliyi, bir qayda olaraq, daha yüksəkdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

ƏDƏBIYYAT

1. Neft ve qaz yataqlarının islənməsi və istismarı Bakı: Azernəsr 2020, A.X.Mirzəcanzadə
2. Mirelemov H.F., ismayılov Q.Q. Neftin və qazın boru kemerleri ilə neqli, Bakı, NQETLİ, 2017.
3. Elekberov Y.Z., Qazın neqli hazırlanması prosesinde seperator-kollektor sistemində qazohidrodinamik amillerin tesiri haqqında//Azərbaycan Neft Teserrufatı 2018 № 7
4. İsmayılov Q.Q., Nagıyev R.F., İsmayılov B.Q. Tebii qazlar, Bakı, Teknur, 2013, 136 s.
5. Resulov A.M. Tebii qazların yıghılması, neqle hazırlanması ve istifadesi. Bakı, 2019.

ЗАЛЕЖИ СОЛИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ ПРИРОДНОГО ГАЗА К ТРАНСПОРТИРОВКЕ

Фидан Исмаилова[1], Асиман Джамалов[2]
[1,2]Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности, [1,2]Кафедра Транспортировка и хранение нефти и газа,
[1]доцент, fidan.ibishova.85@gmail.com
[2] магистрант, asiman.148@gmail.com

РЕЗЮМЕ
Отложения солей в процессе подготовки природного газа к транспорту крайне негативно сказываются на безопасности эксплуатации трубопроводов. Это вызывает повышенную местную коррозию металла труб, что приводит ко многим проблемам с природным газом. Количество аварий, вызванных отложением солей вследствие развития локальной коррозии нефте- и газопроводов, составляет до 40 % от их общего количества отказов. Ситуация усугубляется тем, что на практике очень сложно выявить участки, пораженные локальной коррозией трубопроводов. Известны случаи, когда нагрузка на технологические трубопроводы за три месяца увеличилась в 3,5 раза в связи с масштабным развитием предприятий нефтегазовой отрасли. В таких условиях металл трубопровода подвергается малоцикловой коррозионной усталости, что приводит к ускоренному выходу из строя трубопроводов. Отложения солей в трубах диаметром 150 мм и толщиной 1,5 мм увеличивают энергозатраты при транспортировке газа на 15 %, а в трубах толщиной 13 мм на 60 %, что наглядно показывает уровень экономических потерь, вызванных осложнения при транспортировке газа.
Ключевые слова: природный газ, месторождения солей, хлориды, карбонаты.

Publication history

Article received: 10.03.2023
Article accepted: 24.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-477

E-ISSN: 2674-5224
483-491 VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

IMPROVEMENT OF MARKETİNG MANAGEMENT İN TOURİSM ENTERPRİSES

Ismail Kheirkhabarov[1] , Aydan İsrafilova[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics, [1,2] Department Of Economic And Technological Sciences
[1] Candidate of economic sciences, xeyirxeberov@list.ru
[2] Master student, israfilovaaydan@mail.ru

ABSTRACT

While one party engages in tourism with the intention of making money through commercial ventures, the other party uses and consumes activities that the human spirit and body require, such as having fun, unwinding, resting, visiting new places, traveling, and trying flavors that are different from one's own. Tourism is a service sector, as is common knowledge.Tourism enterprises now must alter as a result of factors like the current climate's increased competitiveness, shifting business conditions, technology advancements, and environmental issues. Businesses must adapt to these circumstances and adopt new plans, goals, and strategies. They must also use various strategies and tactics to encourage tourists to alter their attitudes and use tourism services. So, tourism-related enterprises must employ marketing properly and successfully. Effective tourism marketing requires thorough market research, as well as knowing the needs and wants of the target audience and their trip objectives. A thorough analysis of the tourism market is required in order to identify the needs and wants of the target audience as well as their travel-related intentions. The target market can be identified in this way, and suitable marketing strategies can be created.

The tourism industry, which is one of the most important economic sectors both in the global world and in Azerbaijan, has recently been formed in the direction of becoming the main engine of the global economy. It is necessary to pay special attention to the fact that the tourism industry is fundamentally different from other industries due to its unique characteristics. The importance of launching marketing components in the relevant field for the phased implementation of the projects and strategic road plan related to the support of tourism development at the state level is undeniable. Together with the oil and other significnt sectors, tourism is currently a vibrant, rapidly expanding sector of the economy. Tourism will likely play a significant role in the development of human resources, national economic growth, and increases in wealth and productivity during the next few decades. There is a lot of potential for the impact of tourism. Every location has its own distinct culture, traditions, eating customs, folklore, crafts, languages, etc., all of which are of great appeal to both domestic and foreign tourists. In terms of employment and GDP, tourism is the most important industry worldwide. The tourist sector has experienced both tremendous growth and quick change.

Marketing efforts are those undertaken to encourage people to use and purchase a product more frequently. This idea is crucial for all industries. Instead of promoting a physical product, tourism marketing focuses on increasing the sales and consumption of the services provided by businesses. Particularly during the Second World War, the tourism industry and, consequently, tourism marketing, gained tremendous importance and gradually became a necessary instrument on a global scale. Today's branch of science known as marketing has been defined in a number of ways over the years, including: The commercial operations required to transform a consumer's

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

power to purchase intentions into actual demand for a specific good or service, and to supply that good or service to the customer or user in order to attain the business's profit or other objectives. procedures for management and organization.

There are numerous definitions of tourism marketing in the literature, as we can see. It is a management philosophy that aims to conduct research, estimation, and selection regarding the tourist product while taking into account the demands of the tourism industry in order for the product to be well-positioned in the market and in line with the objective of maximizing profits for a touristic region or tourism business. This management philosophy is connected to the decisions that need to be made on these issues. The study of tourism marketing does not involve the direct sale and consumption of a physical good. The marketing is more service-focused. Customer satisfaction is the most important factor here.

The fact that the product being supplied is a service distinguishes tourism marketing the most. Intangibility, indistinguishability, heterogeneity, and perishability, or the inability to be stored, are the key characteristics that set service industry products apart from other industrial goods. While selling services, tourism marketers need to keep four important things in mind. These are perishability, heterogeneity, indistinguishability, and intangibility. The tourism business has its own traits in addition to those that distinguish goods and services from one another.

Due to the tourism industry's explosive growth, marketing is essential, especially any communications that have the goal of reaching the target population. Companies and organizations must be market-oriented and pay attention to customers' needs going forward. Marketing is a technique of looking at a situation that balances the needs of travelers with the services or range of recreational opportunities offered in the locations. There should be a variety of information available, for instance, the area's basic geography, history, and culture, as well as the attractions, amenities, and services, as well as their prices, etc.

Keywords: marketing management, marketing strategies, tourism industry, tourism marketing, tourism enterprises.

TURIZM MÜƏSSISƏLƏRININ MARKETINQ IDARƏEDILMƏSININ TƏKMILLƏŞDIRILMƏSI

İsmayıl Xeyirxəbərov[1], Aydan İsrafilova[2]
[1,2] Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2] İqtisadi və Texnoloji Elmler Kafedrası
[1] iqtisad elmləri namizədi, xeyirxeberov@list.ru
[2] magistr tələbəsi, israfilovaaydan@mail.ru

XÜLASƏ

Müasir dünyada sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf dinamikası və genişləndirilməsi baxımından əsas həlledici faktorlardan biri marketinqdir. Son təcrübələrə əsaslanaraq deyə bilərik ki, uğurlu biznes əsaslandırılmış marketinq strategiyasının qəbulunu şərtləndirərək onun tətbiqini zəruri edir. Bu nöqteyi-nəzərdən çıxış edərək vurğulamaq lazımdır ki, marketinq fəaliyyəti həm də müəssisənin yerli və qlobal bazardakı mövqeyini gücləndirmək, onun rentabelliyini qorumaq və istehlakçı davranışlarını təxmin etmək baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Marketinq strategiyasını

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

düzgün bir şəkildə qurmaq və hədəf auditoriya ilə əlaqə yaratmağa fokuslanmaq şirkətlərin irəliləyiş və arzuladığı məqsədlərə çatmaq üçün qarşısına məqsəd kimi qoymalı olduğu ən vacib addımlar arasındadır.

Həm qlobal aləmdə, həm də Azərbaycanda ən mühüm iqtisadi sektorlardan biri olan turizm sənayesi son zamanlar qlobal iqtisadiyyatın əsas mühərriki olmaq istiqamətində formalaşmışdır. Bir məqama da xüsusi diqqət yetirmək lazımdır ki, özünəməxsus xüsusiyyətlərinə görə turizm sənayesi digər sənayelərdən mahiyyətcə fərqlənir. Müvafiq sahədə marketinq komponentlərinin işə salınması turizmin inkişafının dövlət səviyyəsində dəstəklənməsi ilə bağlı layihələrin və strateji yol planının mərhələli olaraq həyata keçirilməsi üçün vacibliyi danılmaz bir məsələdir.

Turizm sənayesindəki müəssisələrin əsas məqsədi müştərilərin tələblərini ödəyərək onların məmnuniyyətinə nail olmaq və mənfəət əldə edərkən müştərilərin sədaqətini formalaşdırmaqdır. Turizm müəssisələri bu məqsədlərə çatmaq üçün müvafiq marketinq strategiyalarını seçməli və tətbiq etməlidirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət olan bir mühitdə bütün marketinq komponentlərinin istifadəsi tələb olunur. Bu məqalədə turizm müəssisələrində marketinqin idarə edilməsinin səviyyələri araşdırılaraq turizm müəssisələri tərəfindən istifadə edilən marketinq strategiyaları kontekstində biznes sahibkarları və işçilərinin yaratdıqları davranışlar təsvir edilmişdir.

Açar sözlər: marketinqin idarə edilməsi, marketinq strategiyaları, turizm sənayesi, turizm marketinqi, turizm müəssisələri.

Giriş

Turizm sənayesi ilə əlaqəli marketinq təşəbbüsləri bu sektorda mal və xidmətlərin istehsalı və satışı ilə nəticələnir. Turizm sənayesində yeni bir xidmət inkişaf etdirilərkən əvvəlcə bazar şərtləri qiymətləndirilir və ona müvafiq olaraq qərarlar verilir. Azərbaycanda yeni turizm sahəsi üzrə xidmətlərin inkişafı üçün turizm firmalarında düzgün marketinq xidmətlərinin təşkili və idarə edilməsi və marketinq strategiyasının effektiv şəkildə həyata keçirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu cür fəaliyyətlərə marketinq əməliyyatlarının nəticələrinin təhlili də daxildir.

Müasir dövrdə daim dəyişən və inkişaf edən qlobal bazarda müəssisələr özlərinə yer qazanmaqla rəqabət üstünlüklərini artırmaq istəyirlər. Bu kontekstdə rəqabət yarışında öndə olmaq və rəqabət üstünlüyü təmin etmək üçün fərqli strategiyalar inkişaf etdirməli olan müəssisələr istehsal və marketinq strategiyaları ilə istehlakçı tələblərindəki dəyişikliklərə və onu müşayiət edən rəqabət şərtlərinə uyğunlaşmağa çalışırlar. İstehsal və marketinq fəaliyyətləri üçün hazırlanacaq strategiyalar müəssisələrin öz aktivlərini qoruya bilmələrini təmin etməklə yanaşı, onların rəqabət qabiliyyətini artırmaqdadır. Odur ki, daim inkişaf edən rəqabət mühitində müəssisələr ən uyğun rəqabət strategiyalarını müəyyən etməli və istehsal və marketinq strategiyalarının üstünlüklərindən yararlanmalıdırlar. Müştərilərin mərkəzdə olduğu bu qlobal rəqabət mühitində biznesə rəqabət üstünlüyü təmin edəcək bacarıqları inkişaf etdirmək lazımdır.

Turizm sənayesində tətbiq olunan istehsal və marketinq strategiyalarında davamlı təkmilləşdirmə fəlsəfəsinə uyğun olaraq Ümumi Keyfiyyəti İdarəetmə sistemi ilə aşağı qiymətə istehsalı hədəfləyən və rəqabət mühitində istehlakçı məmnuniyyətini və marka sədaqətini ön plana çıxaran qiymətləndirmələr hədəflənir. Turizm sektorunda xidmətin keyfiyyəti biznesin uğuru baxımından ən mühüm amildir. Məhsulun (xidmətin) həyat dövrünü və istehlakçı məmnunluğunu nəzərə alaraq, Keyfiyyəti İdarəetmə Sistemi bazara daxil olmaq və yüksək keyfiyyətli xidmətlərlə rəqabət aparmağın yeganə yoludur. Müəssisələrdə tətbiq edilən idarəetmə təşkilatı biliyə, istehsala və marketinqə diqqət yetirməklə müəssisənin bütün bölmələrinin problemlərini

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

müəyyənləşdirməli və problemlərin həlli üçün vahid strategiyalar tətbiq etməlidir. Bu şəkildə yaradılan strategiyalar biznesin bazarda fəal olmasına və uzunmüddətli perspektivdə istehsal fəaliyyətlərini davam etdirməsinə şərait yaradır.

Sosial-iqtisadi sistemin bütün mərhələlərində marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi onun institusional və funksional aspektlərini bir araya gətirir. İlk növbədə marketinq menecmenti bazarların bütün növlərini, eləcə də marketinq təşəbbüslərinin təhlili, planlaşdırılması və icrasını əhatə edir. Marketinq menecmentinin əsas məqsədi ya ticarətin bütün tərəflərinin dəstəyini əldə etmək, ya da onların tələblərinə cavab verməkdir. Marketinq menecmentinin (idarəetməsinin) fəaliyyət istiqamətləri və səviyyələrini müxtəlif analiz növləri, hədəf bazar seçimin, marketinq strategiyasının, məhsul və xidmətlərin formalaşdırılması, kommunikasiya əməliyyatlarının idarə edilməsi, strateji biznes vahidlərini, marketinqlə bağlı qərarların həyata keçirilməsi və s. məsələlər təşkil edir. Rəqabətli mühitin qurulması, eləcə də turizm xidmətlərinə dəyişkən tələbat turizm sənayesində marketinqin formalaşması və inkişafının hərəkətverici qüvvəsidir. Nəticədə, sənayedəki struktur dəyişiklikləri, dəyişən rəqabət formaları və müştəri davranışındakı dəyişikliklər turizm bizneslərinə marketinq baxımından yeni addımlar formalaşdırmağa təkan verir.

Məqsəd

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar.

Marketinq strategiyasını təyin edərkən nəzərə alınmalı olan ən vacib məqam, mümkün olan ən az riski götürmək, gözlənilən nəticələri əldə etmək və mümkün qədər çox fayda əldə etməyə çalışmaqdır. Bu zaman biznesin güclü tərəflərini mümkün qədər ön plana çıxarmağa və zəif tərəflərini ən aşağı səviyyədə saxlamağa diqqət yetirilməlidir. Bir sözlə, marketinq strategiyası müəyyən edilərkən SWOT analizinə daxil olan faktorlara da əməl edilməlidir. Marketinq strategiyasını hazırlayarkən yerinə yetirilməli olan üç fəaliyyət mövcududr. Bunlar arzu olunan bazar mövqeyinin müəyyən edilməsi, böyümə strategiyasının müəyyən edilməsi və marketinq strategiyasının seçimidir. Turizmdə bazar anlayışı sərhədləri turizm müəssisələri tərəfindən doğru bir şəkildə müəyyən edilmiş coğrafi ərazini ifadə edir. Bazar anlayışını otel biznesi baxımından nəzərdən keçirsək, otel biznesi tərəfindən istehsal olunan mal və xidmətlərə yönəlmiş turizm tələbi kimi müəyyən edilə bilər. Otel biznesinin yaratdığı bazara turoperatorlar və turizm agentlikləri ilə yanaşı istehlakçılar da daxildir. Otel idarəçiliyi bazarı daxili və xarici turizm tələbindən ibarətdir. Otel biznesində bazar təhlili iki aspektdə aparılır: keyfiyyət və kəmiyyət. Burada keyfiyyətli bazar təhlili aparılarkən turizm bazarını təşkil edən obyektlərin iqtisadi, sosioloji və psixoloji aspektləri tədqiqat obyekti ola bilər [5].

Marketinq fəaliyyətinin əsas məqsədi məhsulun (xidmətin) satışına nail olmaqdır. Yalnız konkret məhsulları (xidmətləri) almaqla istehlakçı öz tələbatını ödəyə bilər. Məhsul strategiyaları müxtəlif məhsul təklifləri ilə təmin edilə bilən bazar ehtiyaclarını müəyyənləşdirir. Bu strategiyalar bazar strategiyaları ilə lazımi şəkildə əlaqəli bir şirkətin məhsul strategiyalarıdır və nəticədə həm ümumi strategiyaya, həm də şirkətin ruhuna hakim olur. Məhsul strategiyaları məhsulların sayı və müxtəlifliyi, məhsul innovasiyaları, məhsulun əhatə dairəsi və məhsul dizaynı kimi məsələləri əhatə edir. Məhsul strategiyalarının müxtəlif ölçüləri mahiyyəti, əhəmiyyəti, onun məhdudiyyətləri və məqsədlərə töhfələri baxımından araşdırılmalıdır. Məhsul strategiyalarının həyata keçirilməsi müxtəlif qruplar arasında əməkdaşlıq tələb edir: maliyyə, tədqiqat və inkişaf, korporativ heyət və marketinq. Bu inteqrasiya səviyyəsi məhsul strategiyalarının işlənib hazırlanmasını və həyata keçirilməsini çətinləşdirir. Bir çox şirkətlərdə müxtəlif biznes bölmələri

arasında lazımi koordinasiyaya nail olmaq üçün məhsul strategiyası ilə bağlı qərarlar ali rəhbərlik tərəfindən qəbul edilir.

Xidmətlər baxımından isə 7P marketinq modelinə istinad edilir. Müəssisələr daha çox qazanc əldə etmək üçün marketinq miksindən istifadə etməlidirlər. Marketinq miksi, bir işin öz məhsul və ya xidmətinə olan tələbata təsir etmək üçün edə biləcəyi hər şeyi əks etdirir. Xidmətin istehsalı zamanı istehlakçılar adətən xidmət təminatçıları ilə eyni mühitdə olur və istehsal prosesinin bir hissəsinə çevrilirlər. Xidmət qeyri-maddi olduğundan, müştəri tərəfindən xidmətin və xidmət keyfiyyətinin qavranılmasına təsir edəcək psixoloji və ekoloji mühiti hazırlamaq lazımdır. Müştərilər tez-tez xidmətin keyfiyyətini proqnozlaşdırmaq üçün xidmət təminatçılarında, məsələn, otelin dizaynı kimi konkret ipucu axtarırlar. Bu səbəbdən xidmət marketinqinə ənənəvi marketinq üçün hesab edilən məhsul, qiymət, satış kanalı və təqdimat komponentləri ilə yanaşı; insan, fiziki imkanlar və proseslər də daxil edilir.

Metodlar

Turizm müəssisələrinin marketinq idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.

İqtisadi ədəbiyyatda istehsal imkanlarının konseptuallaşdırılmasına iki əsas yanaşma mövcuddur: Skinner yanaşması və kumulyativ yanaşma. Skinnerin istehsal fəaliyyətinin müəssisələrin strateji rəqabət üstünlüyü əldə etməsində mühüm element olduğunu ifadə etməsi ilə istehsal fəaliyyəti müəssisələrin korporativ strategiyaları çərçivəsində nəzərə alınması lazım olan bir anlayışa çevrilmişdir. Skinnerin əsas arqumenti ondan ibarətdir ki, müxtəlif müəssisələrin fərqli güclü və zəif tərəfləri var və buna görə də biznes rəqabət mühitində müxtəlif uğur ölçülərinə malikdir. Eynilə, fərqli istehsal sistemləri və fərqli iş mühitləri olan müəssisələr standart istehsal sistemlərini qəbul etmək əvəzinə, bir-biri ilə əlaqəli və ardıcıl imkanları mənimsəyərək fərqli istehsal sistemlərinə malik olmalıdırlar. Bununla belə, Skinner, müəssisələrin rəqabət üstünlüyü əldə etmələri üçün ən vacib amilin səmərəlilik olduğunu və müəssisələrin məhsuldarlığı aşağı xərc, sürətli çatdırılma və keyfiyyətlə təmin edə biləcəyini, istehsal imkanları anlayışının isə biznesin həm məhsuldarlığı təmin etmək, həm də rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün əhəmiyyətli olduğunu vurğulamışdır [3].

Şirkətin istiqamətlərinin idarə edilməsinin mürəkkəbliyi və çətinliyi və onların yaratdığı məhsul və xidmət çeşidinin artaraq mürəkkəbləşməsi strateji biznes vahidlərinin yaranması ilə xarakterizə edilir. Beləliklə, müəssisələr bəzi fəaliyyətlərini daha effektiv idarə etmək məqsədi ilə bu cür fəaliyyəti avtonom şəkildə idarə edən və həyata keçirən müstəqil qruplar və ya strateji biznes vahidlərini formalaşdırmağa başladılar. Strateji biznes vahidləri eyni tələb xüsusiyyətlərinə malik istehlakçılar arasında avtonom marketinq fəaliyyətini həyata keçirən, fərqli rəqibləri olan və yalnız marketinq funksiyalarının yerinə yetirilməsinə cavabdeh olan bir şəxs tərəfindən idarə olunan bir şirkət daxili quruluş kimi təsvir olunur.

Turizm sektorunda fəaliyyətin səmərəli bir şəkildə təşkil olunması baxımından ilk növbədə yüksək standartlara cavab verən turizm xidmətinin təmin olunması vacibdir. Bu cür xidməti təqdim etməzdən əvvəl korporativ struktur ilk növbədə məhsul (xidmət) strategiyasına malik olmalıdır. Turizm sektorunun ümumi fəaliyyət strategiyasında ən vacib mövqelərdən birini məhsul, yəni xidmət strategiyası əhatə edir. Qeyd etmək lazımdır ki, turizmdə xidmət mövcud bazara nüfuz edə bilən ən vacib elementdir və turizm biznesinin gəlir əldə etməsi üçün ən mühüm vasitəsidir. Demək olar ki, bütün digər aspektlər, məsələn, bazar qiymətləri, satış həcmi, istehlakçı tələbinin ödənilməsi, və s. faktorlar turizm məhsulu (xidməti) ilə bağlıdır [2].

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Strateji biznes vahidləri öz strateji planlarının və öz marketinq strategiyasının formalaşdırılması da daxil olmaqla bir çox əsas aspektlərdə müstəqil biznes kimi çıxış edən təşkilati alt bölmədir. Strateji biznes vahidləri bölmənin idarə edilməsinə icazə verilən sərbəstlik dərəcələrindən asılı olaraq, əsas təşkilatın korporativ kimliyini və ya öz brend kimliyini inkişaf etdirə bilər. Böyük, çoxşaxəli şirkətlərdə hamıya uyğun strateji yanaşma qeyri-adekvat olardı. Korporasiyanın əməliyyatlarının strateji biznes vahidlərinə bölünməsi səmərəliliyi və bazar olan diqqəti artırır. Strateji biznes vahidləri təşkilati bölmələrin uyğun formasıdır, çünki onlar məhsullara və məhsul xətlərinə sanki müstəqil bir şirkət tərəfindən işlənib hazırlanmış və bazara çıxarılan xüsusi diqqətin verilməsini təmin edirlər. Strateji biznes vahidləri əsas firmadan və təşkilati quruluşdakı digər strateji biznes vahidlərindən müstəqil hesab olunan öz missiyası ilə idarə olunur. Strateji biznes vahidləri vasitəsilə fəaliyyət göstərməyin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o, korporasiyanın daha geniş məhsul və xidmət portfeli ilə diqqəti yayındırmayan strateji yönümlü idarəetmə strukturu yarada bilər. Korporasiyalar strateji biznes vahidləri strukturu vasitəsilə bölmələrini təşkil edərkən bəzi çatışmazlıqlarla üzləşə bilər. Bu gün strateji biznes vahidlərindən ibarət təşkilatların üzləşdiyi dinamizm onları fərdi və təşkilati məqsəd və vəzifələrin əldə edilməsinə birbaşa və ya dolayısı ilə təsir edən bütün əməliyyat proseslərini təkmilləşdirmək üçün daimi mübarizə aparmağa vadar etmişdir. Strateji biznes vahidlərində inzibati idarəetmənin təhlili üçün insan resurslarının planlaşdırılması, təşkili, idarə edilməsi, əlaqələndirilməsi, icrası və qarşıya qoyduğu məqsədlərə nəzarəti yerinə yetirməsinin səmərəliliyini və effektivliyini qiymətləndirməyə imkan verən biznesin inkişafı vasitələrini tətbiq etmək mümkündür. Bütün bunlar strateji biznes vahidləri üçün uyğun idarəetmə modelinin prosedurlarına, normalarına və siyasətlərinə uyğun olaraq mövcud olan çatışmazlıqları aradan qaldırmaq, davamlı təkmilləşdirməyə malik olmaq, məhsuldarlığı optimallaşdırmaq və mövcud resurslardan istifadəni yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyır [8].

Otel bizneslər onları sənaye müəssisələrindən fərqləndirən bəzi unikal xüsusiyyətlərə malikdir. Bunlar turizm sektorunun xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Xidmət biznesi olan otel müəssisələrinin ən əhəmiyyətli xüsusiyyətlərindən biri də zamana qarşı həssaslıqdır. Otel müəssisələrində istehsal olunan mal və xidmətlər tez xarab olan struktura malikdir. Bu səbəblə otel müəssisələrinin mal və xidmətlərini ehtiyatda saxlamaq, gələcək dönəmlərə ötürmək kimi xüsusiyyətləri mövcud deyil. Otel müəssisələri əmək tutumlu sənaye olan xidmət sənayesinin bir alt sahəsidir və buna görə də işçi qüvvəsinə ehtiyac digər müəssisələrə nisbətən daha yüksəkdir. Ona görə də otel biznesində insan faktoru ön plana çıxır. Bu gün baş döndürücü texnoloji irəliləyişlərə baxmayaraq, otel müəssisələrinin işçi qüvvəsinə olan tələbatı və əhəmiyyəti azalmamışdır. Otellər həm də öz sahəsində yetişdirilmiş ixtisaslı kadrların sayına görə digər müəssisələrdən seçilir. Bu sahədə təlim keçmiş kadrların işə götürülməsi müvafiq qanun çərçivəsində tənzimlənir [7].

Turizm məhsulları insanların həyati ehtiyaclarını ödəyən məhsullar deyil. Turizm xidmətləri mədəni və lüks ehtiyacların ödənilməsinə yönəlmiş xidmətlərdir. Rəqabətli bir mühitdə turizm müəssisələri sağ qalmaq və əvəzedici turistik xidmətlər satmaq üçün yeni marketinq strategiyalarına ehtiyac duyurlar. Qeyd etmək lazımdır ki, otel idarəçiliyində risk faktoru olduqca yüksəkdir: Turizm sektorunda tələb proqnozlaşdırılması çətin olan iqtisadi və siyasi şərtlərdən asılı olduğundan və otel biznesi tələb dalğalanmalarından dərhal təsirləndiyi üçün risk faktoru yüksəkdir. Bununla yanaşı, otel idarəçiliyi dinamikdir. Müasir həyat fəlsəfəsini mənimsəyən, texnologiyası və otel idarəçiliyi yanaşması ilə daim dəyişən bir sektordur. Bu səbəbdən otel müəssisələri öz texniki avadanlıqları və xidmət göstərilməsi ilə müştərilərinə minimum rahatlıq təmin edə biləcək gücə malik olmalıdırlar. Turizm xidmətləri bir çox iqtisadi, mədəni, siyasi və

psixoloji amillərdən asılı olaraq qısa müddətdə dəyişə bilər. Nümunə olaraq deyə bilərik ki, ölkələrin milli gəlirlərindəki artımlar insanlara iqtisadi təsir göstərə bilər, müharibə, epidemiyalar və terror kimi siyasi amillər turizm tələbində gözlənilməz artım və ya azalmalara səbəb ola bilər. Buna görə də, turizm məhsulunda tələb elastikliyi olduqca yüksəkdir [1].

Tək bir sahibkarlıq subyekti məhsul və ya xidmətlərin istehsalını həyata keçirə bilməz. Bütün bunlar bütün sahələrdə xidmətlərin keyfiyyətinin yüksək olmasını çətinləşdirir. İkincisi, bu çətinlikləri aradan qaldırmaq üçün turizmlə məşğul olan müəssisə və təşkilatlar alıcılar üçün vahid "paket" kimi regionda müştərək, birləşmiş, turizm imkanlarını tələb edir. Bütün biznes fəaliyyətlərinin və məqsədlərin paylaşılmasını təmin etmək üçün marketinq planı hazırlamaq lazımdır. Bu plan marketinq qərarlarının qəbulu zamanı mövcud olan bütün resursların və vaxtın səmərəli şəkildə bölüşdürülməsinə kömək edəcəkdir. Aşağıda verilmiş cədvəldə **(Cədvəl 1)** nümunə bir marketinq planı verilmişdir:

Cədvəl 1: Marketinq planı

Biznesin ümumi məqsəd və vəzifələrinin müəyyən edilməsi;
Xarici amillərin marketinq fəaliyyətinə təsirinin qiymətləndirilməsi;
Müəssisənin resurslarının və imkanlarının müəyyən edilməsi;
Bazarın seqmentləşdirilməsi, identifikasiyası və alıcıların kateqoriyasının müəyyən edilməsi;
Hər bir seqment üzrə marketinq məqsədlərinin müəyyən edilməsi;
Müxtəlif bazarlardakı müəssisələr üzrə marketinq strategiyalarının və hər bir seqment üzrə marketinq kompleksinin müəyyən edilməsi (4-P, məhsul, qiymət, satış kanalı və təqdimat);
Marketinq üçün büdcə və xərclərin müəyyən edilməsi;
Marketinq planını həyata keçirilməsi;
Marketinq fəaliyyətinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi üçün prosedurların müəyyən edilməsi və müvafiq hallarda fəaliyyətlərin dəyişdirilməsi.

Mənbə: Harrison, D., Hitchcock, M. (2006) The Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation (Clevedon: Channel View Publications)

Nəticə

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur. Respublikada fəaliyyət göstərən beynəlxalq turizm marşrutları əsasən tarixi-rekreasiya, tarixi-mədəni irs elementlərini özündə birləşdirən ekoloji marşrutlardır. Turizmin digər sahələrinin də inkişaf etdirilməsi vacibdir. Turizm şirkətlərinin fəaliyyətində xaricdən turistlərin ölkəyə gəlməsinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi məqsədəuyğun olardı. Bunun əsas səbəbləri kimi Azərbaycanın xarici ölkələrdə mövqeyinin artması, əlavə iş yerlərinin açılması, xarici valyutanın ölkəyə daxil olması, ümumi daxili məhsulun payının artması, turizmin dövlət büdcəsində payının artması kimi faktorlar göstərilə bilər. Bu baxımdan ölkəmizdə turizm xidmətləri ilə məşğul olan şirkət və firmaların ümumi strateji idarə olunmasında innovasiya, maliyyə-investisiya kompleksləri və marketinq tədqiqatları xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Turizm sənayesinin idarə edilməsində marketinq prinsiplərini tətbiq etməklə istehlakçılar keyfiyyətli məhsul təqdim edə, lazımsız və dayanıqlı olmayan məhsulların inkişafından qaça bilərlər. Turizmdə məhsullar dedikdə, ideyalar və xidmətlər nəzərdə tutulur Turizm sənayesi əsasən xidmətlərlə fəaliyyət göstərir. Turizmdə marketinqin idarə olunmasında xüsusilə, "göz cəhaləti" problemi keyfiyyətə nəzarəti çətinləşdirir. Potensial alıcılar da turizm xidmətlərinin

keyfiyyətini qiymətləndirməkdə çətinlik çəkirlər. Marketinq turizm xidmətlərində istehlakçıların (turistlərin) səyahətə sərf etdiyi vaxt və pulun yüksək payı insanların turizmlə bağlı qərar qəbul etməsinə böyük təsir göstərir.

Turizm müəssisələri düzgün bir şəkildə marketinq araşdırması apardıqdan sonra marketinq strategiyalarını müəyyən edə bilərlər. Bu sektorda istehlakçılar və istehsalçılar arasında məsafə çox böyük olduğu üçün menecerlər qərar verməkdə çətinlik çəkirlər. Qeyri-müəyyənliklərlə dolu dinamik və rəqabət mühitində marketinq tədqiqatları istehsalçılar və istehlakçılar arasında uçurumu aradan qaldıra biləcək məlumatların əldə edilməsi funksiyasını təmin edir. Marketinq tədqiqatının əsas məqsədi idarəetməyə kömək etmək və biznesin səmərəliliyini artırmaqdır. Tədqiq ediləcək problemin müəyyən edilməsi marketinq tədqiqatında ən vacib ilk addımdır. Problemin tərifində tədqiq olunacaq problemi sadə və aydın şəkildə ifadə etmək nəzərdə tutulur. Son dərəcə kritik bir mərhələ hesab olunan problemin tərifində buraxılan səhvlər sonrakı mərhələlərin yanlış istiqamətə doğru getməsinə səbəb olacaqdır. Mövcud problemin ya çox geniş, ya da çox dar şəkildə müəyyən edilməsi bu mövzuda edilən ümumi səhvlər hesab olunur.

ƏDƏBİYYAT

1. Camilleri M. The Tourism Industry: An Overview. Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product. An Introduction to Theory and Practice, 2017
2. European Travel Comission European Tourism 2012: Trends and Prospects. Brussel.
3. Jabbarov, Fuad. Implementation of Corporate Governance Mechanisms in Tourism. Annals of Spiru Haret University. Economic Series, 2015
4. Mahoney J. Economic Foundations of Strategy. University of Illinois at Urbana Champaign: Champaign, IL., 2011
5. Unal M. Genel Olarak Pazarlama Kavrami ve Pazarlama Yaklasimlarindaki Degisimler, Paradigma Akademi Yayinlari, Edirne, 2014
6. Yukselen C. Pazarlama (İlkeler-Yonetim-Ornek Olaylar), 10. Baski, Detay Yayincilik, Ankara, 2013
7. https://www.academia.edu/3697572/Marketing_Management
8. https://www.researchgate.net/publication/225084026_Marketing_Management
9. https://www.icmab.org.bd/wp-content/uploads/2020/06/4.The-Effect.pdf
10. https://www.trekksoft.com/en/blog/65-travel-tourism-statistics-for-2019

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Исмаил Хейрхабаров[1], Айдан Исрафилова[2]
[1,2] Азербайджанский Государственный Экономический Университет, [1,2] Кафедра Экономических и технологических наук,
[1] Кандидат экономических наук, xeyirxeberov@list.ru
[2] магистрант, israfilovaaydan@mail.ru

РЕЗЮМЕ

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Маркетинг является одним из главных решающих факторов с точки зрения динамики развития и расширения предпринимательской деятельности в современном мире. Основываясь на недавнем опыте, мы можем сказать, что успешный бизнес требует принятия продуманной маркетинговой стратегии и ее реализации. С этой точки зрения следует подчеркнуть, что маркетинговая деятельность также важна с точки зрения укрепления позиций предприятия на локальном и мировом рынке, поддержания его прибыльности и опережения потребительского поведения. Правильная разработка маркетинговой стратегии и сосредоточение внимания на установлении связи с целевой аудиторией являются одними из наиболее важных шагов, которые организация компании должна предпринять в качестве цели для достижения прогресса и достижения желаемых целей.

Индустрия туризма, являющаяся одной из важнейших отраслей экономики как в глобальном мире, так и в Азербайджане, в последнее время формировалась в направлении превращения в главный двигатель мировой экономики. Необходимо обратить особое внимание на то, что индустрия туризма принципиально отличается от других отраслей благодаря своим уникальным характеристикам. Неоспорима важность запуска маркетинговой составляющей в соответствующей сфере для поэтапной реализации проектов и стратегического дорожного плана, связанных с поддержкой развития туризма на государственном уровне.

Основной задачей предприятий туристической отрасли является удовлетворение потребностей клиентов, достижение их удовлетворения и формирование лояльности клиентов при получении прибыли. Туристические предприятия должны выбирать и применять соответствующие маркетинговые стратегии для достижения этих целей. Следует отметить, что в условиях конкуренции требуется использование всех составляющих маркетинга. В этой статье рассматриваются уровни управления маркетингом в туристических предприятиях, рассматриваются общие рамки маркетинговых стратегий, используемых туристическими предприятиями, и описывается поведение владельцев бизнеса и сотрудников в контексте маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: управление продажами, маркетинговые стратегии, индустрия туризма, туристический маркетинг, туристические предприятия.

Publication history

Article received: 10.03.2023
Article accepted: 24.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-483

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
492-501

MARKET STRATEGİES OF BUSİNESS STRUCTURES İN PANDEMİC CONDİTİONS AND THEİR MARKETİNG ANALYSİS

Eldar Guliyev[1], Nuray Dadashova[2]
[1,2] Azerbaijan State University of Economics, [1,2] Department of Economic And Technological Sciences
[1] Candidate of economic sciences: eldargeorgia1948@mail.ru
[2] Master student, nurdafashova@gmail.com

ABSTRACT

In the face of economic instability caused by the Covid-19 pandemic, companies must adapt to modern realities to maintain their viability during and after the crisis. In the context of the new coronavirus pandemic, companies are forced to demonstrate a sufficiently high ability to adapt to new realities, one of the forms of which is the transformation of existing business models.
Therefore, the ability to survive a crisis and maintain growth potential is determined by the ability of companies to transform their business. It can be said with certainty that only organizations that respond flexibly and accurately to the current global challenge, including those that respond through transformation, will be able to not only maintain their position, but also significantly strengthen it in individual positions. Within this article, in terms of content and specifications, the most popular business strategies in the context of the Covid-19 pandemic are disclosed.
Strategic marketing research during a pandemic would likely highlight the need for flexibility as businesses face unprecedented uncertainty and change. Successful businesses must adapt quickly to changing conditions, stay abreast of the latest developments, and make data-driven decisions based on the most current information available.
The COVID-19 pandemic has brought about unprecedented challenges for businesses around the world. In response, business structures have had to adapt their market strategies in order to survive and thrive during these difficult times. This paper aims to analyze the market strategies of business structures in pandemic conditions and their marketing analysis.
First, we will examine the different types of market strategies that businesses have employed during the pandemic, including diversification, digitalization, and cost-cutting measures. We will also explore how businesses have adapted their marketing strategies to meet the changing needs of their customers during the pandemic, such as through increased online engagement and targeted messaging.
Next, we will conduct a marketing analysis of the effectiveness of these strategies, looking at factors such as customer engagement, sales revenue, and brand awareness. We will also consider the long-term implications of these strategies, including their potential to shape the future of business operations.
Additionally, this paper will also examine the role of government policies and initiatives in shaping market strategies during the pandemic. We will explore how businesses have responded to government support programs such as stimulus packages, tax breaks, and loan guarantees.
Furthermore, we will analyze the impact of the pandemic on consumer behavior, as this has been a key factor in shaping market strategies. We will look at changes in consumer demand, spending habits, and purchasing preferences, and explore how businesses have adapted their product offerings and marketing messages to meet these changing needs.

In order to conduct this analysis, we will draw on a range of sources including academic literature, industry reports, and case studies of businesses that have successfully adapted their market strategies during the pandemic. We will also conduct original research, including surveys of business leaders and consumers, to gain insights into the effectiveness of different market strategies.

This paper will provide a comprehensive analysis of the market strategies of business structures in pandemic conditions and their marketing analysis. By examining the different types of strategies employed by businesses, and analyzing their effectiveness, this paper will offer valuable insights for businesses looking to adapt and thrive in times of crisis.

Overall, this paper will provide a comprehensive analysis of the market strategies of business structures in pandemic conditions and their marketing analysis, offering insights into how businesses can adapt and thrive in times of crisis.

Moreover, this paper will highlight the importance of agility and flexibility in adapting to rapidly changing market conditions. We will examine how businesses that have been able to quickly pivot their strategies in response to the pandemic have been more successful than those that have been slow to adapt.

Additionally, this paper will discuss the ethical considerations involved in market strategies during the pandemic. We will explore issues such as price gouging, hoarding, and supply chain disruptions, and consider how businesses can balance their need for profitability with their responsibility to act ethically.

Keywords: Pandemic, Covid 19, business, business models.

PANDEMIYA ŞƏRAITINDƏ BIZNES STRUKTURLARININ BAZAR STRATEGIYALARI VƏ ONLARIN MARKETINQ TƏHLILI

Eldar Quliyev[1], Nuray Dadaşova[2]
[1,2]Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, [1,2]İqtisadi və Texnoloji Elmler Kafedrası
[1]İqtisad Elmləri namizədi, eldargeorgia1948@mail.ru
[2]magistr tələbəsi, nurdafashova@gmail.com

XÜLASƏ

Ümumilikdə pandemiya bütün dünyada, o cümlədən Azərbaycanda biznesə ciddi təsir göstərib. Bir çox şirkət pandemiya zamanı ayaqda qalmaq üçün biznes strukturlarını və strategiyalarını uyğunlaşdırmalı oldu. Məsələn, bəzi müəssisələr fiziki mağazalara baş çəkə bilməyən və ya ziyarət etmək istəməyən müştərilərə çatmaq üçün əməliyyatlarını onlayn rejimə keçiriblər, digərləri isə işçiləri və müştəriləri qorumaq üçün yeni təhlükəsizlik protokolları tətbiq ediblər.

Azərbaycan hökuməti pandemiya dövründə biznesə dəstək üçün maliyyə yardımı və vergi güzəştləri kimi bir sıra tədbirlər həyata keçirib. Bununla belə, pandemiya bəzi müəssisələrə, xüsusən də turizm və otelçilik sənayesinə mənfi təsir göstərib.

Bütövlükdə pandemiya dövründə Azərbaycan Respublikasında biznes strukturlarının vəziyyəti mürəkkəb və çoxşaxəlidir. Bizneslərin inkişafı yaxından izləməsi və lazım gəldikdə müvafiq orqanlardan və ya peşəkar təşkilatlardan rəhbərlik istəməsi vacibdir.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Pandemiya şərtlərində iş strukturlarının bazar strategiyalarını və onların bazar analizini təhlil etməyə çalışır.
İlk olaraq, şirkətlərin pandemi dövriyyəsində istifadə etdiyi fərqli növ bazar strategiyalarını, habelə təcrübələrin artırılması, rəqabətçilik, dijitalizasiya və xərc-qırğın tədbirlərini müzakirə edəcəyik. Biz dəyişən müştəri tələblərinə cavab vermək üçün marketinq strategiyalarını necə uyğunlaşdırdıqlarını araşdıracağıq, belə ki, artan onlayn iştirak və məqsədli mesajlaşma kimi.
Ardından, müştəri iştirakı, satış gəliri və marka tanınmışlığı kimi faktorları əhatə edərək bu strategiyaların effektivliyinin marketinq analizini aparacağıq. Bu strategiyaların uzaqgörən təsirlərini, bazar əməliyyatlarının gələcəyini şekilləndirmə potensialını da nəzərə alacağıq.
Ümumiyyətlə, bu məqalə pandemi şərtlərində iş strukturlarının bazar strategiyalarının və onların bazar analizinin ətraflı bir təhlilini təqdim edəcək, kriz zamanlarında uyğunlaşmaq və uğurlu olmaq istəyən işlər üçün məsləhətlər verəcəkdir.
Açar sözlər: pandemiya, biznes, müəssisə, idarəetmə

Giriş

Strateji marketinq məhsul və ya xidmət kimi idarə olunan obyektin həyat dövrünün ilkin mərhələsinin mühüm komponentidir. Əslində, bir çox ekspertlər hesab edirlər ki, effektiv strateji marketinq menecmentin ən vacib funksiyasıdır, çünki o, uzunmüddətli uğurun əsasını qoyur.
İdarə olunan obyektin həyat dövrünün ilkin mərhələsində strateji marketinq bazarın və potensial müştərilərin ehtiyaclarının hərtərəfli təhlilini nəzərdə tutur. Buraya istehlakçı seçimlərinin tədqiqi, bazarda boşluqların müəyyən edilməsi və idarə olunan obyekti rəqiblərdən fərqləndirən unikal dəyər təklifinin hazırlanması daxildir.
Bazarın və müştəri ehtiyaclarının aydın şəkildə başa düşülməsindən sonra, strateji marketinq prosesi məhsulun dizaynını, qiymət strategiyasını, təşviqi və paylama kanallarını əhatə edən hərtərəfli marketinq planının hazırlanmasını nəzərdə tutur. Bu plan idarə olunan obyektin xüsusi ehtiyaclarına və məqsədlərinə uyğunlaşdırılmalı və bazardakı dəyişikliklərə və ya müştərilərin seçimlərinə uyğunlaşmaq üçün kifayət qədər çevik olmalıdır.
Bütövlükdə, strateji marketinq idarə olunan obyektin uğuru üçün çox vacibdir, çünki o, məhsul və ya xidmətin müştərilərin ehtiyac və üstünlüklərinə cavab verən şəkildə dizayn edilməsini, təşviq edilməsini və yayılmasını təmin edir, eyni zamanda təşkilatın məqsədlərinə çatır.
Pandemiya zamanı aparılan strateji marketinq tədqiqatları pandemiyanın Azərbaycan iqtisadiyyatına təsirini, o cümlədən istehlakçı davranışındakı dəyişiklikləri, mal və xidmətlərə tələbin dəyişməsini və ümumi iqtisadi mənzərəni təhlil etməyə yönəlmiş ola bilər. Bu məlumat daha sonra qiymət strategiyalarını tənzimləmək, yeni hədəf bazarları müəyyən etmək və dəyişən istehlakçı ehtiyaclarını ödəmək üçün məhsul və ya xidmət təkliflərini uyğunlaşdırmaq kimi strateji marketinq qərarlarını məlumatlandırmaq üçün istifadə edilə bilər.
Bundan əlavə, strateji marketinq tədqiqatları hökumətin pandemiyaya reaksiyasını, o cümlədən iqtisadi stimul paketlərini və biznes üçün digər dəstək tədbirlərini də nəzərdən keçirə bilər. Bu məlumat dövlət proqramlarından və ya təşəbbüslərindən istifadə edən marketinq strategiyalarını məlumatlandırmaq üçün istifadə edilə bilər.
Pandemiya zamanı Azərbaycandakı bizneslər tədarük zəncirlərindəki fasilələr, istehlakçıların davranışındakı dəyişikliklər, sağlamlıq və təhlükəsizlik üzrə yeni protokolların tətbiqi zərurəti kimi pandemiya ilə bağlı bir sıra problemləri idarə etməli ola bilərdi.
Bu problemləri effektiv şəkildə idarə etmək üçün müəssisələr müxtəlif strategiyalar həyata keçirmiş ola bilər, məsələn:

Təchizat zəncirinin idarə edilməsi: Müəssisələr tədarük zəncirindəki fasilələrə uyğunlaşmaq üçün alternativ təchizatçılar tapmalı və ya inventar idarəetmə strategiyalarını tənzimləməli ola bilərdi.
Onlayn satış və marketinq: Müəssisələr fiziki mağazalara baş çəkə bilməyən və ya ziyarət etmək istəməyən müştərilərə çatmaq üçün satış və marketinq səylərini onlayn dəyişmiş ola bilər.
Sağlamlıq və təhlükəsizlik protokolları: Müəssisələr obyektlərin və avadanlıqların müntəzəm təmizlənməsi və dezinfeksiya edilməsi, məcburi maskaların taxılması, işçilər və müştərilər üçün temperaturun yoxlanılması kimi yeni sağlamlıq və təhlükəsizlik protokollarını tətbiq etmiş ola bilər.
Maliyyə menecmenti: Müəssisələr pandemiyanın iqtisadi təsirini idarə etmək üçün maliyyə idarəetmə strategiyalarını tənzimləməli ola bilər, məsələn, dövlət dəstəyi proqramlarına müraciət etmək, xərcləri azaltmaq və ya yeni gəlir mənbələri tapmaq.

Məqsəd

Problemin aktuallığı və əlaqəli tədqiqatlar.

Bu məqalənin əsas problemi, COVID-19 pandemiyasının dünya bazarlarında yaratdığı zərərin, iş strukturları üçün yaradığı çətinliklər və buna cavab vermək üçün lazım olan uyğun marketinq strategiyalarının yaxşı anlaşılmasını təmin etməkdir.
Pandemi öncəsi bazar şərtlərinin fərqliliyi, artan məhsul dəyərləri və tələbatdakı dəyişikliklər kimi faktorlar, iş strukturlarının pandemi zamanı yeniliklərə uyğunlaşmağı və fərqli marketinq strategiyaları tətbiq etməsini mümkün etməmişdir. Bu çətinliklərin öhdəsindən gəlmək üçün, iş strukturları yeni bazar strategiyaları tətbiq edib və müştəri tələblərini, digər müxtəlif faktorları və öyrənəcəklərini nəzərə alaraq dəyişikliklərə uyğunlaşdırmışdır.
Bu problem ilə əlaqədar olaraq bir çox tədqiqatlar aparılmışdır. Bu tədqiqatlar arasında, iş strukturlarının pandemi zamanı tətbiq etdiyi bazar strategiyalarının müxtəlif növləri, müştəri davranışının pandemi şərtləri altında dəyişimi, internetin geniş istifadəsi və sənaye təlimləri kimi mövzular yer alır. Bütün bu tədqiqatlar, iş strukturlarının pandemi şərtlərində uyğunlaşmaq üçün necə marketinq strategiyaları tətbiq edəcəkləri barədə yeni perspektivlər və önerilər təqdim edir.
Məqalənin bu tədqiqatların bir ətraflı təhlilini həyata keçirəcəkdir. Biz, pandemi şərtlərinin qlobal bazarlar üzərindəki təsirini və iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün tətbiq etdikləri bazar strategiyalarının dəqiqlikləri, effektivliyi və müxtəlif növləri haqqında ətraflı məlumatlar təqdim edəcəyik. Bu tədqiqatların mövcud nəzəriyyə və təcrübə ilə birlikdə, iş dünyasında müvəffəqiyyətli nəticələr üçün bizə nəzərə alınması lazım olan önəmli məlumatlar və mə sləhətlər verəcəyik. Bu makalə ayrıca müştəri davranışlarının pandemi şərtləri altında necə dəyişdiyini və iş strukturlarının buna cavab vermək üçün hansı marketinq strategiyalarını tətbiq etdiklərini araşdıracaq. İnternetin və digər texnologiyaların pandemi şərtləri altında iş strukturlarının marketinq strategiyalarını necə dəyişdirdiyi və təlimlərin pandemi şərtlərində necə həyata keçirilə biləcəyi haqqında məlumatlar da təqdim ediləcəkdir.
Məqaləmizin əsas məqsədi, iş strukturlarının pandemi şərtlərindən fəsadlarının azaltılması və müvəffəqiyyətli marketinq strategiyalarının tətbiq edilməsi üçün lazım olan məlumatların təqdim edilməsidir. Bu məlumatlar, iş sahiblərinə və marketinq təşkilatlarına, pandemi şərtlərində bazarın dəyişən dinamikalarına cavab vermək üçün necə uyğun marketinq strategiyaları tətbiq edəcəkləri haqqında məlumatlar verəcəkdir.
Məqaləmizin, iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün lazım olan effektiv marketinq strategiyaları barədə yeni nəzəriyyələr və praktik məsləhətlər təqdim edəcəkdir. Bu məsləhətlər, iş strukturlarının pandemi şərtlərində müştəri tələblərinə və bazar dinamikalarına

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

uyğunlaşmaq və onların tələb və təkliflərinə uyğun cavab vermək üçün tələb olunan texnologiya və digər alətləri effektiv şəkildə istifadə etmələri üçün lazım olan məlumatları təmin edəcəkdir.
Məqaləmizin, iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün lazım olan marketinq strategiyaları barədə müvəffəqiyyətli nəticələr almaq üçün vacib olan bütün məlumatları təqdim edəcəkdir.

Metodlar

Pandemiya şəraitində biznes strukturlarının bazar strategiyaları və onların marketinq təhlili edilməsi istiqamətləri.

Bu məqalə üçün istifadə edilən metodlar aşağıdakılardır:
Sistematik araşdırma: Bu metod, pandemi şərtlərində iş strukturlarının marketinq strategiyaları barədə ən son tədqiqatları toplamaq və birləşdirmək üçün istifadə edildi.
Məlumat analizi: Bu metod, toplanan bütün məlumatların tədqiqatçılar tərəfindən analiz edilməsi və iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğun marketinq strategiyaları üçün nəzəriyyələrin və praktik məsləhətlərin hazırlanması üçün istifadə edildi.
Məlumat birləşdirmə: Bu metod, toplanan bütün məlumatların və analizlərin bir araya gətirilməsi və iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğun marketinq strategiyaları üçün nəzəriyyələrin və praktik məsləhətlərin hazırlanması üçün istifadə edildi.
Bu metodlar, iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün lazım olan marketinq strategiyaları barədə məlumatların təqdim edilməsində əhəmiyyətli rol oynadı. Ən son tədqiqatlar və müştəri tələblərinin anketlərlə yoxlanılması, iş strukturlarının pandemi şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün lazım olan effektiv marketinq strategiyalarının tərtib edilməsində əhəmiyyətli məlumatlar təmin etdi.
Pandemiya şəraitində, biznes strukturları dağılmış və dəyişmişdir. Bu səbəbdən, işletmələrin cari bazar strategiyalarını nəzərdən keçirmələri və yenidən tənzimləmələri lazımdır. Bu, marketinq taktikalarının və strategiyalarının dəyişməsini də tələb edir.
Pandemi dövründə işletmələrin, müştərilərin dəyişən ehtiyaclarına və mənfi maliyyə təsirlərinə uyğun olaraq yeni pazarlama tədbirləri planlaşdırması vacibdir. Online platformaların və sosial şəbəkələrin böyük önəmi var və bu platformaların efektiv istifadəsi müştərilərə çatmaq və onların fikirlərini öyrənmək üçün yararlıdır.
Həmçinin, bizneslər müştərilərin keyfiyyətli xidmət və təchizatlarını təmin etməklə öz müştəriləri ilə bağlı güvənişlərini qazanmaq üçün yeni yollar axtarmalıdırlar. Əlavə olaraq, bizneslər sürətli bir dəyişən mühitdə olmaları üçün inkişaf edən trendlərə və yeni bazar nişlərinə diqqət yetirməlidirlər.
Bütün bunlarla yanaşı, işletmələr pandemi dövründə maliyyələşmələrini də nəzərdən keçirməlidirlər. Xərc məhdudiyyətlərinə və gəlirlərin azalmalarına baxmayaraq, bizneslər fəaliyyətini davam etdirə bilmək üçün yeni maliyyə tədbirləri planlaşdırmalıdırlar [4].
Pandemi dövründə bizneslər üçün ən vacib məsələ, dəyişən bazar şəraitinə uyğun olaraq adaptasiya olmaq və yeni tədbirlər planlaşdırmaqdır. Bu, işletmələrin fəaliyyətini davam etdirərək və müştərilərin ehtiyaclarını qarşılayaraq, pandemi dövrünə uyğun qalmaq və uzunmüddətli uğurlu işlər həyata keçirmək üçün vacibdir.

Ümumilikdə, Azərbaycanda pandemiya ilə bağlı biznes strukturlarının idarə edilməsi çeviklik, uyğunlaşma qabiliyyəti və pandemiyanın yaratdığı çətinliklərin öhdəsindən gəlmək üçün yeni strategiyalar tətbiq etmək və sınaqdan keçirmək istəyi tələb edərdi.

Bununla belə, pandemiya zamanı Azərbaycandakı müəssisələr müştərilərə çatmaq, tələbatdakı dəyişikliklərə uyğunlaşmaq və öz gəlirlərini saxlamaq üçün müxtəlif marketinq strategiyalarından istifadə etmiş ola bilər. Pandemiya zamanı müəssisələrin istifadə etdiyi marketinq strategiyalarından bəziləri aşağıdakıları əhatə edə bilər:

Onlayn marketinq: Daha çox insanın evdə qalması, məlumat və əyləncə üçün internetə güvənməsi ilə müəssisələr vaxtlarını keçirdikləri müştərilərə çatmaq üçün marketinq səylərini onlayn rejimdə keçirmiş ola bilər.

Sosial media marketinqi: Facebook, Instagram və Twitter kimi sosial media platformaları müştərilərlə əlaqə saxlamaq, məhsul və xidmətlər haqqında məlumat paylaşmaq və xüsusi təkliflər və ya endirimləri təşviq etmək üçün istifadə edilmiş ola bilər [2].

E-poçt marketinqi: E-poçt marketinqi müştəriləri biznes əməliyyatlarında dəyişikliklər barədə məlumatlandırmaq, yeni məhsul və ya xidmətlər haqqında xəbərləri paylaşmaq və sağlamlıq və təhlükəsizlik protokolları haqqında yeniləmələr təqdim etmək üçün istifadə edilmiş ola bilər.

Məzmun marketinqi: Bloq yazıları, məqalələr və ya videolar kimi məzmun marketinqi müştərilərə faydalı məlumat vermək, biznesi öz sənayesində nüfuzlu şəxs kimi qurmaq və yeni müştəriləri cəlb etmək üçün istifadə edilmiş ola bilər.

Yerli marketinq: Müəssisələr müştərilərlə əlaqələr qurmaq və sədaqəti artırmaq üçün marketinq səylərini yerli icmalarına yönəltmiş ola bilər.

Ümumiyyətlə, pandemiya zamanı müəssisələrin istifadə etdiyi marketinq strategiyaları sənaye, hədəf auditoriya və pandemiyanın yaratdığı xüsusi problemlər kimi bir sıra amillərdən asılı olardı. Müvəffəqiyyətli müəssisələr öz marketinq strategiyalarını müştərilərinin dəyişən ehtiyac və gözləntilərini qarşılamaq üçün uyğunlaşdıra, eyni zamanda brend şəxsiyyətlərini və dəyərlərini qoruya bilərdilər.

COVID-19 pandemiyası qlobal səviyyədə mövcud sistemimizin mühüm sütunu olan təşkilatlar və işçi qüvvəsi qarşısında böyük problemlər qoyub. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, epidemiya kimi qorxu və qeyri-müəyyənliyin mövcud olduğu bu çətin mühitlərdə əməliyyatı davam etdirmək, işçiləri idarə etmək və dəyişən şərtlərə tez reaksiya vermək üçün təşkilat daxilində müxtəlif idarəetmə tədbirlərinin həyata keçirilməsi qaçılmaz olmuşdur.

Pandemiya dövründə bu qədər böyük məsuliyyəti üzərinə götürən idarəetmə anlayışı bir çox araşdırmaların mövzusu olsa da, onun haqqında ümumi tərif vermək çətin bir anlayışdır. İdarəetmə, ən çox razılaşdırılmış tərif ilə "başqaları vasitəsilə fəaliyyət göstərmək" kimi izah edilə bilər. Menecer isə idarəetmə peşəsi ilə məşğul olan və başqaları vasitəsilə işləmək tərifində "başqalarını" idarə edən, yəni planlaşdırma, təşkilat, icra və nəzarət yolu ilə işçiləri, yəni idarəetmə funksiyaları ilə idarə edən şəxsdir. Planlaşdırma, təşkil etmə, icra və nəzarətdən ibarət idarəetmə funksiyaları müəssisələrdə bütün səviyyələrdə idarəetmə fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Müəssisələr üçün bu funksiyalar biznesin bütün fəaliyyətlərində yerinə yetirilir. Bütün bu funksiyalar bir-biri ilə sıx əlaqədədir və bir-birini qidalandırır. Bu funksiyalardan birincisi planlaşdırma funksiyasıdır və bütün təşkilati addımları əhatə etsə də, orta və yüksək səviyyəli menecerlər planlaşdırma üçün daha çox vaxt və səy sərf etməlidirlər. Çünki qərar vermə səlahiyyəti adətən bu idarəçilərin əlində olur. Planlaşdırma funksiyasında müəssisələrin ümumi məqsədləri müəyyən edilir, bu məqsədlərə çatacaq alternativlər müəyyən edilir və alternativlər arasında müqayisələr aparılaraq nəticəyə gətirib çıxaracaq ən uyğun variant seçilir. Pandemiya

prosesi zamanı müəssisələr uzaqdan işləməyə qərar verdilər və bu prosesi idarə etmək üçün addımlar atdılar, lakin bir çox müəssisə bu prosesin planlaşdırılmasında ehtiyatsızlıqdan tutuldu və bəzi uğursuzluqlarla üzləşdi. Pandemiya biznesin bütün səviyyələrində ciddi planlaşdırma prosesindən improvizasiyaya keçidlə, inkişaf etməkdə olan şərtlərə uyğun olaraq sürətli qərarlar qəbul etmək zərurəti ilə baş-başa qaldı [1].

Təşkilatlanma, ən sadə mənada, planda qarşıya qoyulan məqsədlərə və onlara nail olmaq üçün müəyyən edilmiş yollara uyğun olaraq təşkilatın yaradılmasını ehtiva edir. Başqa sözlə, biznes effektiv və səmərəli işləmək üçün seçilmiş iş, şəxs və iş yeri arasında səlahiyyət münasibətləri qurur. Pandemiya zamanı distant iş prosesində müəssisələr lazımi texniki infrastrukturun yaradılmasında, evdə işləyəcək insanların avadanlıqla təmin olunmasında və biznesin yeni üsullarının yaradılmasında bəzi problemlərlə üzləşiblər. Uzaqdan işə tam keçmiş işçilərə lazımi avadanlıqla (kompüter, printer, telefon və s.), təhlükəsiz görüşlərin keçirilə biləcəyi xidmətlərin (MS Teams, Cisco WebEx, GoToMeeting və s.) təmin edilməsi, olmayan iş yerlərinin rəqəmsallaşdırılması prosesi aparılmalıdır. Elektron müqavilələr və s. kimi proseslər təşkilatları dəyişməyə və yenidən təşkil etməyə məcbur etmişdir. Bu səbəblərdən uzaqdan işləmənin gətirdiyi ən mühüm dəyişiklik rəqəmsallaşmaya uyğun təşkilati strukturların yaradılması olmuşdur. Pandemiyadan əvvəl məxfilik şərtləri və lazımi bacarıqlara görə bir çox şirkət və işçilər tərəfindən rəqəmsal uyğunlaşma və uzaqdan işləməyə üstünlük verilməsə də, pandemiya ilə birlikdə rəqəmsallaşmaya dair təsəvvürlər də dəyişib. Covid-19 Dövründən əvvəl işçilərin 2%-dən 40%-ə qədəri ölkəsinə, sektoruna və peşəsinə görə uzaqdan və onlayn iş proseslərinə cəlb olunub. Bununla belə, pandemiya dövrü uzaqdan işləməyi tamamilə məcbur etdi və göründü ki, təşkilatlar tərəfindən hazırlanmış daxili siyasətlər və idarəetmə dəstəyi bu prosesin uyğunlaşmasını sürətləndirir. Bu proseslə indi bir çox şirkətlər süni intellekt və böyük verilənlər kimi tətbiqlərə daha müsbət baxır və təşkilatlarını bu şəkildə yenidən təşkil edirlər. Bu prosesdə kibertəhlükəsizlik məsələləri də əhəmiyyət kəsb edib və gələcəkdə bizneslərin yalnız rəqəmsal bacarıqları inkişaf etdirmək və təşkil etmək deyil, həm də texnologiyadan daha səmərəli istifadə etmək üçün texnologiya şirkətləri ilə əməkdaşlıq etməsi gözlənilir.

'Təşkilatlardakı yeni normal rəhbərlik və təşkilat fəaliyyətini əhatə edən bir mövzudur. Bu mövzuda yeni vəziyyətdə müəssisələrin formasını və idarəetmə-təşkilati fəaliyyətlərinin dəyişən iş şərtlərinə uyğun olaraq necə fərqlənəcəyi barədə məlumatlar var. Bu çərçivədə, təşkilatlarda yeni normal tema mövzusu, pandemiya prosesində dəyişikliklərdən ibarət ilk üç mövzuun nəticəsidir. Bu gün məhdudiyyətlər azalsa da, pandema davam edir. Bu mənada, şirkətlərin yeni iş qaydasında necə olacağı barədə həm nəzəri, həm də praktik məlumatlar var [3].

İş yerindəki insanların rəhbərliyi digər hərəkətlərdən daha vacibdir və rəhbərliyin əsərlərin həyata keçirilməsinə imkan verən fəaliyyətdir. Pandemia prosesində təşkilatların üzləşdiyi bir çox çətinlik bu müddətdə idarə edilməli idi. Təşkilatlar mövcud müştərilərini qorumağa çalışarkən, ofisdə işləməyə vərdiş edən işçilərin uzaqdan işləməsi və səmərəliliyini qorumağı təmin etdilər. Pandemi kimi bir böhran dövründə menecerlər yükləndi və onlar daha çox məsuliyyət daşıyırdılar və işçilərin sağlamlığını və təhlükəsizliyini qorumalı idilər, habelə təşkilatın işini qorumaq məcburiyyətində qaldılar. Bu ikili rolu qorumaq xüsusilə çətindir. Çünki təşkilatlar fəaliyyətlərini davam etdirməsə və qazanc əldə etməsə, işçilərini qoruya bilmirlər; gündəlik əməliyyatlarını işçilərini qorumadan və idarə etmədən işlərini davam etdirmələri üçün mümkün deyil. Nəticədə, təşkilatlar bu böhran zamanı xərcləri azaltmaqla qazanclarını artırmalı idilər.

Coviddən əvvəl bir çox təşkilat şübhəsi ilə yaxınlaşdı, çünki onlar uzaq və onlayn tədqiqatlar üçün faydalarından əmin deyildilər, hazırlıq və texnoloji məhdudiyyətlərin olmaması da təsirli idi.

Covid dövrü ilə, uzaq və onlayn işlərə keçid işçilərin sağlamlığını qorumaq üçün məcburi hala gəldi. Bir çox təşkilat üçün fərqli bir iş modeli olduğu üçün, ilk növbədə və bir neçə ay ərzində uzaq və onlayn iş üçün uyğun prosedurlar tətbiq edilməyə başlandı. Bütün bu məlumatlar göstərir ki, uzaq və onlayn iş artıq bir çox təşkilat üçün böhrana qarşı müdafiə mexanizmi olmayacaq və uzunmüddətli bir strategiya olacaqdır.

Pandemi prosesi dünyanın bir çox cəhətdən dəyişə biləcəyini və çevik iş sistemlərinə keçidin sürətləndiyini göstərdi. Bugünkü şəraitdə hələ mümkün olmadıqda, daha çevik iş sisteminə keçmək qaçılmazdır. Bu səbəbdən bir çox şirkət uzaq və onlayn işlərə keçid üçün siyasət inkişaf etdirir və bu yolu öyrənmə modellərinə birləşdirməyə çalışır. Bir çox şirkət üçün hazırlanan bu siyasətlər, işçilərin daha asan uyğunlaşmasına imkan verən uzaq və onlayn işləmə təlimləri, tətbiq və idarəetmə təcrübələri daxildir. Bu uzaq işlərə daimi keçid şirkətlərdə uzunmüddətli dəyişikliklərə səbəb olur və yeni normal olaraq evdən və uzaqdan işləmək üçün uzaqlaşmaq, yəni hibrid işləyən modellərdir [5].

Nəticə

Bir çox idarəçinin işçilərinin dəyişmə şərtlərinə uyğunlaşması üçün çox səy və əmək göstərdikləri görülür. İş menecerləri hər ikisi də məqsədlərini reallaşdırmaq üçün hüquqi və iqtisadi şərtlərin dəyişdirilməsinə əsasən planlaşdırma etməyə çalışsa da, bu dəyişikliklər nəticəsində yeni təşkilatı və əlaqələndirilməsində maraqlı idilər və nəticələrə uyğun olaraq çıxışların nəzarətini təmin etməyə çalışdılar.

Digər tərəfdən, bu uzaq iş prosesində menecerlər işçilərin koordinasiyası, rabitə problemləri və 24/7 işləmə, insan qarşılıqlı əlaqəsinin olmaması, təklik və pis sağlamlıq vərdişlərinin olmaması kimi bir çox problemlə qarşılaşdılar. Pandemi prosesi, təşkilatın bütün işçiləri kimi idarəçilərin rəhbərləridə, Covid-19, fiziki və psixoloji təzyiqlər altında yüksək səviyyədə risklərin olduğu yerlərdə işləməyə davam edir. Bu davam edən proses, təşkilatlar və menecerlər əvvəlki kimi eyni ola bilməyən yeni bir problemə çevrilirlər.

Amerikalı müəssisələrin yarıdan çoxunun ilk üç ayda uzaq işlərə keçdikləri görülür. Əslində, pandemiya prosesi davam edir və bütün dünyada sürətli peyvəndlərə baxmayaraq, yeni variantlar təhdidlər və yayılmağa davam edir və müəssisələri bu yeni sifarişə almağa məcbur edir. Bu yeni idarəetmə və təşkilat sifarişi ilə bağlı yeni məlumatları aşkar etmək üçün idarəetmə proseslərinin və təşkilatların yeni formalaşdırılmış qaydada və yeni formalaşmalarında gözlədikləri qaydada aparılması və təşkilatçılıq qaydasının necə olub-olması məqsədi daşıyır [6].

ƏDƏBIYYAT

1. Rocha, C. T., Amador, F. S. "Telework: conceptualization and issues for analysis". Cadernos EBAPE. BR, 2018, 16, 152-162
2. Stoker, J. I., Garretsen, H. and Lammers, J. "Leading and Working From Home in Times of COVID-19: On the Perceived Changes in Leadership Behaviors", Journal of Leadership & Organizational Studies, 2021
3. Teng-Calleja, M., Caringal-Go, J. F., Manaois, J. O., Isidro, M., Queenie, Y., & Zantua, R. M. S. "Examining organizational response and employee coping behaviors amid the COVID-19 pandemic", J. Behav. Sci. 2020, 15, 34–50.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

4. Ranjit Singh and Parvinder Pal Singh, "Marketing Strategies for Businesses during COVID-19 Pandemic: A Literature Review," Journal of Contemporary Research in Management, 2021, 16(2), pp. 73-80.
5. Dena, K. Hawes, Gregory S. Black, and Lucas, D. Bair "Marketing in the Time of COVID-19: Perceptions of Small Business Owners," Journal of Small Business Management, 2021, 59(1), pp. 174-191.
6. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2317251

РЫНОЧНЫЕ СТРАТЕГИИ БИЗНЕС-СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И ИХ МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

Эльдар Гулиев[1], Нурай Дадашова[2]
[1,2] Азербайджанский Государственный Экономический Университет, [1,2] Кафедра Экономических И Технологических Наук,
[1] кандидат экономических наук, eldargeorgia1948@mail.ru
[2] магистрант, nurdafashova@gmail.com

РЕЗЮМЕ

В целом пандемия оказала серьезное влияние на бизнес во всем мире, в том числе и в Азербайджане. Многим компаниям пришлось адаптировать свои бизнес-структуры и стратегии, чтобы остаться на плаву во время пандемии. Например, некоторые предприятия перевели свои операции в онлайн, чтобы привлечь клиентов, которые не могут или не хотят посещать физические магазины, в то время как другие внедрили новые протоколы безопасности для защиты сотрудников и покупателей.
Правительство Азербайджана реализовало ряд мер, таких как финансовая помощь и налоговые льготы, для поддержки бизнеса во время пандемии. Однако пандемия негативно сказалась на некоторых предприятиях, особенно в сфере туризма и гостеприимства.
В целом положение бизнес-структур в Азербайджанской Республике в период пандемии сложное и многогранное. Для предприятий важно внимательно следить за развитием событий и при необходимости обращаться за рекомендациями к соответствующим органам или профессиональным организациям.
Пытается анализировать рыночные стратегии бизнес-структур и их анализ рынка в условиях пандемии.
Во-первых, мы обсудим различные типы рыночных стратегий, которые компании используют в цикле пандемии, а также меры по совершенствованию практики, повышению конкурентоспособности, цифровизации и сокращению затрат. Мы изучим, как они адаптируют свои маркетинговые стратегии для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов, таких как увеличение присутствия в Интернете и целевые сообщения.
Затем мы проведем маркетинговый анализ эффективности этих стратегий с учетом таких факторов, как взаимодействие с клиентами, доход от продаж и узнаваемость бренда. Мы также рассмотрим дальновидные эффекты этих стратегий и их потенциал для формирования будущего рыночных операций.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

В целом, в этой статье будет представлен подробный анализ рыночных стратегий бизнес-структур в условиях пандемии и их анализ рынка, даны советы для предприятий, которые хотят адаптироваться и добиться успеха в условиях кризиса.
Ключевые слова: пандемия, бизнес, предприятие, управление

Publication history

Article received: 10.03.2023
Article accepted: 24.03.2023
Article published online: 05.04.2023
DOI suffix: 10.36962/PAHTEI27042023-492

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Editorial Board & International Advisors
Redaksiya Heyəti və Beynəlxalq Məsləhətçilər

Azerbaijan

Abuali Huseynli
Baku State University, Environmental chemist, Doctor of sciences, professor.
Akper Feyzullayev
Institute of Geology and Geophysics. Head of Department "Geochemistry of sedimentary basins and fluid dynamics". Doctor of sciences, professor, academician of Azerbaijan National Academy of Sciences (ANAS). Academician.
Aleksandr Poletayev
National Academy of Sciences of Azerbaijan, Department of Lithology of Oil and Gas Complexes, leading specialist, PhD in Geology and Mineralogy, Associate Professor.
Ali Zalov
Azerbaijan State Pedagogical University, Department of Analytical and Organic Chemistry. Head of Department of Analytical and Organic Chemistry. Professor. Doctor of science.
Almaz Mehdiyeva
Azerbaijan State Oil and Industry University.Associate Professor. PhD in TS
Arif Məmmədov
Azerbaijan Technical University, Head of the Department of Materials Technology, Professor. Azerbaijan State Marine Academy. Professor.
Arifa Karimova
Scientific Research Institute, Petromechanics, PhD in Technical Sciences.
Chingiz Rasulov
Institute of Petrochemical Processes of ANAS, Chemistry and Technology of Cycloalkylphenols, Professor.
Elchin Suleymanov
Baku Engineering University. Associate Professor of Department Finance. PhD in Economy.
Elshan Sultanov
Azerbaijan State Maritime Academy, Ship Electrical Engineering, Professor, Doctor of TS.
Heyder Guliyev
Azerbaijan State Agricultural University. English Teacher. PhD in Philology
Huseyngulu Guliyev
“Azerbaijan Scientific-Research and Design-Research Energy Institute”, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, “Azerenergy” OJSC. LLC, Head of Department.
Lala Bekirova
Azerbaijan State Oil and Industry University. Head of Department “Instrumentation Engineering”. Doctor of Technical Sciences. (Azerbaijan).
Mahmud Hajizade
Innovation Agency Azerbaijan, Deputy of Department Head. PhD in Economics.
Naila Allahverdiyeva
Baku High Oil School, Automated processes, associate professor, SOCAR.
Natig Ahmadov
Azerbaijan Technical University, Industrial Economics and Management, Associate Professor.
Natig Safarov
Oil and Gas Scientific Research Institute of SOCAR, Chief of Laboratory “Transportation of Oil and Gas, PhD in TS.
Nazim Imamverdiyev
Baku State University, Doctor of Geology and Mineralogy Science, Department of Economic Minerals. Professor.
Nazim Ismayılov
Azerbaijan Technical University, Materials Technology, Professor.

Rauf Muradov
General of the Seismological Service Center of the Republic of Azerbaijan, Beneficial mineral deposits, PhD, docent, Deputy Director.
Rena Gurbanova
Azerbaijan State Oil and Industry University. Associate Professor. PhD in Chemistry.
Taleh Asgarov
National Aviation Academy, "Aerospace information systems" department, docent, PhD in TS.
Vagif Akhmedov
Institute of Catalysis and Inorganic Chemistry, ANAS, Baku, Head of the Nanocomposite Catalysts Laboratory. Professor.

Canada

Witold Pedrycz
Canada Research Chair (CRC) in Computational Intelligence, Department of Electrical and Computer Engineering, University of Alberta, Professor.

Poland

Janusz Kacprzyk
Polish Academy of Sciences, Systems Research Institute, Professor of Computer Science

Russia

A. I. Timurziyev
Advisor and Deputy Chief Geophysicist of JSC Central Geophysical Expedition, Doctor of Geological and Mineralogical Sciences, Academician, RANS
I. A. Qaragash
Doctors of physical and mathematical sciences. Head of the Laboratory of Geomechanics - Institute of Earth Physics, Chief Researcher at the Joint Institute of Earth Physics, RAS, Professor, Academician.
K. Y. Degtaryov
Systems Analysis, Management and Information Processing. Professor, National Research University, Higher School of Economics
N. P. Zapivalov
Petroleum Geology and Geophysics. Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Academician.
V.M Valyayev
Head laboratory “Genesis of hydrocarbon liquids and Fields.” Institute of Oil and Gas Problems of the Russian Academy of Sciences, Ph.D.

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

Azerbaijan State Oil and Industry University and International Research, Education & Training Center. MTÜ (Estonia, Tallinn) are publishing scientific papers of scientists on Website and in Referred Journal with subjects which are mentioned below:

© THE BALTIC SCIENTIFIC JOURNALS

Mathematics
Computer Science Mechanics
Editorial Board & International Advisor: A.V. Yazenin, Taleh Asgarov

Mechanics
Mechanics of deformable solid materials
Dynamics and durability of machinery, devices and systems
Editorial Board & International Advisor: Arifa Karimova

Chemistry
Analytical chemistry
Inorganic Chemistry
Organic chemistry
Physical chemistry
Editorial Board & International Advisor: Akper Feyzullayev, Ali Zalov, Vagif Akhmedov
Petro chemistry
Chemical kinetics and catalysis
Editorial Board & International Advisor: Vagif Akhmedov
Chemistry and technology of composite materials
Editorial Board & International Advisors: Vaqif Bağıyev, Chingiz Rasulov

Earth Sciences
Geophysics, geophysical methods of exploration of mineral resources
Lithology
Hydrogeology
Editorial Board & International Advisors: Nazim Imamverdiyev, Arif Məmmədov
Engineering geology
Geology and exploration of oil and gas fields
Editorial Board & International Advisor: Natig Safarov
Well drilling technology
Editorial Board & International Advisors: Kazımov Elçin, Aleksandr Poletayev, Arifa Karimova
Processing and exploration of oil and gas fields
Development technology of offshore resource fields
Editorial Board & International Advisors: V.M Valyayev, Yeganə Ağazadə, Arifa Karimova

Technical Sciences
Chemical technology and engineering
Editorial Board & International Advisors: Rena Gurbanova, Vagif Akhmedov
Materials technology
Machines, equipment and processes
Editorial Board & International Advisor: Arif Məmmədov
Theoretical electrical Engineering
Editorial Board & International Advisor: Huseyngulu Guliyev
Electrical systems and complexes
Thermal power plants (thermal unit)
Editorial Board & International Advisor: Huseyngulu Guliyev
The theoretical foundations of thermal installations
Editorial Board & International Advisors: J. Kaspshik, Elshan Sultanov

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

High Voltage Technology
Editorial Board & International Advisor: V. Pedrich
Information measurement and management systems (different fields)
Editorial Board & International Advisor: Lala Bekirova
System analysis, management and information processing
Editorial Board & International Advisors: Almaz Mehdiyeva, Naila Allahverdiyeva
Construction and operation of oil and gas pipelines, bases reservoirs
Solids electronics, radio-electronic components, micro and Nano electronics
Editorial Board & International Advisor: Natig Safarov

Economic sciences
Types of economic activity
Area economy
Editorial Board & International Advisor: Elchin Suleymanov
World economy
Organizing and management of the entities
Editorial Board & International Advisors: Mahmud Hajizade, Natig Ahmadov

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

AIMS AND SCOPE

ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals publishes peer-reviewed, original research and review articles in an open access format. Accepted articles span the full extent of the social and behavioral sciences and the humanities.

ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals seeks to be the world's premier open access outlet for academic research. As such, unlike traditional journals, ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals does not limit content due to page budgets or thematic significance. Rather, ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals evaluates the scientific and research methods of each article for validity and accepts articles solely on the basis of the research. Likewise, by not restricting papers to a narrow discipline, ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals facilitates the discovery of the connections between papers, whether within or between disciplines.

ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals offers authors quick review and decision times; a continuous-publication format; and global distribution for their research via ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals Online. All articles are professionally copyedited and typeset to ensure quality.

Those who should submit to ICRET MTÜ The Baltic Scientific Journals include:

1. Authors who want their articles to receive quality reviews and efficient production, ensuring the quickest publication time.
2. Authors who want their articles to receive free, broad, and global distribution on a powerful, highly discoverable publishing platform.
3. Authors who want their articles branded and marketed by a world-leading social science publisher.
4. Authors who want or need their articles to be open access because of university or government mandates.

NGO International Research, Education & Training Center (Estonia, Tallinn) is publishing scientific papers of scientists on Website and in Referred Journals with subjects which are mentioned below:

© The Baltic Scientific Journals

ISSN: 2613-5817; E-ISSN: 2613-5825; UDC: 0 (0.034);
DOI PREFIX: 10.36962/PIRETC
Proceeding of The International Research Education & Training Center.
https://bsj.fisdd.org/index.php/piretc

ISSN: 2674-4562, E-ISSN: 2674-4597, UDC: 620.9 (051) (0.034);
DOI PREFIX: 10.36962/ENECO
Proceedings of Energy Economic Research Center. ENECO
https://bsj.fisdd.org/index.php/eneco-peerc

ISSN: 1609-1620, E-ISSN: 2674-5224; UDC: 62 (051) (0.034);
DOI PREFIX: 10.36962/PAHTEI
Proceedings of Azerbaijan High Technical Educational Institutions. PAHTEI
https://bsj.fisdd.org/index.php/pahtei

ISSN: 2663-8770, E-ISSN: 2733-2055; UDC: 672, 673, 67.01-67.02
DOI PREFIX: 10.36962/ETM
ETM Equipment, Technologies, Materials
https://bsj.fisdd.org/index.php/etm

ISSN: 2733-2713; E-ISSN: 2733-2721; UDC: 33
DOI PREFIX: 10.36962/SWD
SOCIO WORLD-SOCIAL RESEARCH & BEHAVIORAL SCIENCES
https://bsj.fisdd.org/index.php/swd

E-ISSN: 2587-4713; UDC: 620.9 (051) (0.034)
DOI PREFIX: 10.36962/ECS
Economics
https://scia.website/index.php/ecs

Society of Azerbaijanis living in Georgia. NGO. (Georgia, Tbilisi) is publishing scientific papers of scientists on Website and in Referred Journals with subjects which are mentioned below:

© Southern Caucasus Scientific Journals

ISSN: 2346-8068; E-ISSN: 2346-8181; UDC: 611-618
DOI PREFIX: 10.36962/ALISJMSC
Ambiance in Life-International Scientific Journal in Medicine of Southern Caucasus.
https://scsj.fisdd.org/index.php/ail

Representation of the International Diaspora Center of Azerbaijan in Georgia. NGO (Georgia Tbilisi) is publishing scientific papers of scientists on Website and in Referred Journals with subjects which are mentioned below:

© Southern Caucasus Scientific Journals

ISSN: 2298-0946, E-ISSN: 1987-6114; UDC: 3/k-144
DOI PREFIX: 10.36962/CESAJSC
The Caucasus-Economic and Social Analysis Journal of Southern Caucasus
https://scsj.fisdd.org/index.php/CESAJSC

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

Title of the Paper (14 point, Bold, Times New Roman)

First Author's Name[1], Second Author's Name[2] , Third Author's Name[3], ...
[1]Affiliation (Department, Faculty/College, Institution/University, ORCID ID)
[2, 3]Affiliation of other authors, if different (Department, Faculty/College, Institution/University, ORCID ID)
Corresponding author's email:
(Affiliation1,2,3 Times New Roman, 10)

Article Type: Refer to the section policy of journal for acceptable article types.

ABSTRACT
(Times New Roman, 12)
The manuscript should contain an abstract within 300 words. The manuscript should have a self-contained, citation-free abstract and state briefly the purpose of the research, methodology, key results and major conclusions. Abstract should be in a single paragraph with running sentences. Do not use any subheading or point list within the abstract. Also, non-standard or uncommon abbreviations should be avoided, but if essential they must be defined at their first mention in the abstract itself.
Keywords: Authors are advised to writes 3-5 keywords related to the article, separated by comma. These keywords will be used for indexing purpose.

Introduction (Times New Roman, 12)

Mostly Papers starts with introduction. It contains the brief idea of work, requirement for this research work, problem statement, and Authors contribution towards their research. Sufficient recent reference citation [1] from last 2 years should be included for showing the existing challenges and importance of current work. This section should be succinct, with no subheadings unless unavoidable [2, 3]. State the objectives of the work and provide an adequate background related to your work, avoiding a detailed literature survey or a summary of the results.

Research Methodology (Times New Roman, 12)

This part should contain sufficient detail to reproduce reported data. It can be divided into subsections if several methods are described. Methods already published should be indicated by a reference [4], only relevant modifications should be described. Methodology should be written concisely in detail by maintaining continuity of the texts.

Theory and Calculation (Times New Roman, 12)

A Theory section should extend, not repeat, the background to the article already dealt with in the Introduction and lay the foundation for further work. In contrast, a Calculation section represents a practical development from a theoretical basis. Do not add extensive basic definitions or well-known theories, instead highlight theoretical background and its specific usages in view of your work only.

Mathematical Expressions and Symbols (Times New Roman, 12)

Mathematical expressions and symbols should be inserted using **equation tool** of Microsoft word. References may be added for used equations to support its authenticity, e.g. this result has been analysed using Fourier series [5].

ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL
E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023

$$f(x) = a_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \left(a_n \cos \frac{n\pi x}{L} + b_n \sin \frac{n\pi x}{L} \right) \quad (1)$$

Results and Discussion (Times New Roman, 12)
This section may each be divided by subheadings or may be combined. A combined Results and Discussion section is often appropriate. This should explore the significance of the results of the work, don't repeat them. Avoid extensive citations and discussion of published literature only, instead discuss recent literature for comparing your work to highlight novelty of the work in view of recent development and challenges in the field.

Preparation of Figures and Tables (Times New Roman, 12)
Authors are supposed to embed all figures and tables at appropriate place within manuscript. Figures and tables should neither be submitted in separate files nor add at the end of manuscript. Figures and Tables should be numbered properly with descriptive title. Each Figure/Table must be explained within the text by referring to corresponding figure/table number. Any unexplained or unnumbered Figure/Table may cause rejection of the paper without being reviewed.

Formatting Tables (Times New Roman, 12)
Table should be prepare using table tool within the Microsoft word and cited consecutively in the text. Every table must have a descriptive title and if numerical measurements are given, the units should be included in the column heading. Formatting requirement has been summarized in the Table 1.

Table 1: Summary of formatting requirement for submitting paper in this journal.
(Times New Roman, 12)

Layout	**Size**	**Margin (Normal)**	Header	Footer	
Single column	A4 (8.27" X 11.69")	Top=1" Bottom=1" Left=1" Right=1"	Do not add anything in the header	So not add anything in the footer	
Font	**Article Title**	**Headings**	**Subheadings**	**Reference list**	**Text**
	Times New Roman, 16 pt, Bold, centred	Times New Roman, 11 pt, Bold, Left aligned	Times New Roman, 10 pt, Bold, Left aligned	Times New Roman, 8 pt, Justified	Garamond, 11 pt, Justified
Line Spacing	1.15	1.15	1.15	1.15	1.15
Page number	We will format and assign page numbers				

(Times New Roman, 10)

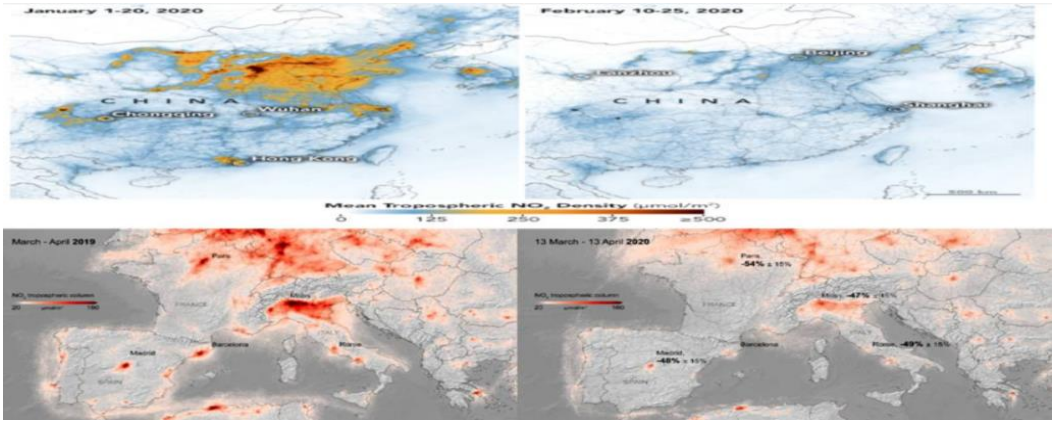


Figure 1: Logo of the AIJR Publisher (Times New Roman, 12)

Formatting Figures (Times New Roman, 12)
All figures should be cited in the paper in a consecutive order, author may be asked to provide separate files of the figure. Figures should be used in bitmap formats (TIFF, GIF, JPEG, etc.) with 300 dpi resolution at least unless the resolution is intentionally set to a lower level for scientific reasons. If a bitmap image has labels, the image and labels should be embedded in separate layer. Figure 1 shows the logo of AIJR Publisher.

Conclusions (Times New Roman, 12)
Each manuscript should contain a conclusion section within 250-450 words which may contain the major outcome of the work, highlighting its importance, limitation, relevance, application and recommendation. Conclusion should be written in continuous manner with running sentences which normally includes main outcome of the research work, its application, limitation and recommendation. Do not use any subheading, citation, references to other part of the manuscript, or point list within the conclusion.

Declarations (Times New Roman, 12)

Study Limitations (Times New Roman, 12)
Provide all possible limitation faced in the study which might significantly affect research outcome, If not applicable write, none.

Acknowledgements (Times New Roman, 12)
All acknowledgments (if any) should be included in a separate section before the references and may include list of peoples who contributed to the work in the manuscript but not listed in the author list.

Funding source (Times New Roman, 12)
Provide funding source, supporting grants with grant number. The name of funding agencies should be written in full, if no funding source exist, write, none.

Competing Interests (Times New Roman, 12)
Declare any potential conflict of interest exist in this publication.

Human and Animal Related Study (Times New Roman, 12)
If the work involves the use of human/animal subjects, each manuscript should contain the following subheadings under the declarations section-

Ethical Approval (Times New Roman, 12)
Provide ethical approval authority name with the reference number. If ethical approval is not required, provide an ethical exemption letter of not required. The author should send scan copy (in pdf) of the ethical approval/exemption letter obtained from IRB/ethical committee or institutional head.

Informed Consent (Times New Roman, 12)
Write a statement of informed consent taken from the participants to publish this research work. The editor may ask to upload scan copy if required.

References (Times New Roman, 12)
Author(s) are responsible for ensuring that the information in each reference is complete and accurate. **Do not use grey literature (unauthentic website, news portal, social media, Wikipedia etc) as reference, only scholarly literature (Journal, online books, proceedings, patents, authentic websites with permanent archival policy) are acceptable references.** Author should include sufficient recent (last 2 years) references in the article. All references must be numbered consecutively and citations of references in the text should be identified using numbers in square brackets (e.g., “as explained by AIJR [1]”; “as discussed in many reports [2]-[6]”). All references should be cited within the text correctly; do not add only list of references without citation within the text. All cited references should be listed after declarations section in the following style-

1. W. S. Author, “Title of paper,” Name of Journal in italic, vol. x, no. x, pp. xxx-xxx, Abbrev. Month, year. https://doi.org/10.21467/ajgr
2. Bahishti, “Peer Review; Critical Process of a Scholarly Publication”, J. Mod. Mater., vol. 2, no. 1, pp. 1.1-1.2, Oct. 2016. https://doi.org/10.21467/jmm.2.1.1.1-1.2
3. Bahishti, “A New Multidisciplinary Journal; International Annals of Science”, Int. Ann. Sci., vol. 1, no. 1, pp. 1.1-1.2, Feb. 2017. https://journals.aijr.in/index.php/ias/article/view/163
4. W. S. Author, “Title of paper,” Name of Journal in italic, vol. x, no. x, pp. xxx-xxx, Abbrev. Month, year. Access online on 20 March 2018 at https://www.aijr.in/journal-list/advanced-journal-graduate-research/
5. W. S. Author, “Title of paper,” Name of Journal in italic, vol. x, no. x, pp. xxx-xxx, Abbrev. Month, year. Access online on 5 March 2018 at https://www.aijr.in/about/publication-ethics/
6. M. Ahmad, “Importance of Modeling and Simulation of Materials in Research”, J. Mod. Sim. Mater., vol. 1, no. 1, pp. 1-2, Jan. 2018. DOI: https://doi.org/10.21467/jmsm.1.1.1-2

Main features of citation style are given as-

- The author name format is, "first name (Initial), middle name (Initial) and last name". This differs from other styles where author's last name is first.
- The title of an article (or chapter, conference paper, patent, etc.) is in quotation marks.
- The title of the book or journal is in italics.
- Online link of the original paper. If any reference is not available online, it should be modified with available online reference

Название статьи (14 пунктов, полужирный шрифт, Times New Roman)

Имя первого автора[1], Имя второго автора[2], Имя третьего автора[3], …….
(Times New Roman, 12)
[1]Принадлежность (кафедра, факультет/колледж, институт/университет)
[2,3]Аффилиация других авторов, если отличается (кафедра, факультет/колледж, институт/университет)
Электронная почта ответственного автора:
(Times New Roman, 10)
Тип статьи: Информацию о допустимых типах статей см. в политике раздела журнала.

АННОТАЦИЯ (Times New Roman, 12)

Рукопись должна содержать аннотацию в пределах 300 слов. Рукопись должна иметь самодостаточный реферат без цитирования и кратко излагать цель исследования, методологию, основные результаты и основные выводы. Аннотация должна быть в одном абзаце с предложениями. Не используйте подзаголовки или список точек в аннотации. Кроме того, следует избегать нестандартных или необычных сокращений, но, если они необходимы, они должны быть определены при их первом упоминании в самом реферате.
Ключевые слова: Авторам рекомендуется указывать 3-5 ключевых слов, относящихся к статье, через запятую. Эти ключевые слова будут использоваться для целей индексации.

Məqalənin adı (14 punkt, Qalın, Times New Roman)

Birinci Müəllifin Adı[1], İkinci Müəllifin Adı[2], Üçüncü Müəllifin Adı[3], (Times New Roman, 12)
[1]Afiliasiya (Departament, Fakültə/Kollec, Müəssisə/Universitet)
[2, 3]Əgər fərqlidirsə, digər müəlliflərin mənsubiyyəti (Departament, Fakültə/Kollec, Müəssisə/Universitet)
Cavabdeh müəllifin e-poçtu:
(Times New Roman, 10)

Məqalə növü: Məqbul məqalə növləri üçün jurnalın bölmə siyasətinə baxın.

XÜLASƏ (Times New Roman, 12)

Əlyazmada 300 sözdən ibarət abstrakt olmalıdır. Əlyazma öz məzmunlu, sitatsız bir referat olmalıdır və tədqiqatın məqsədini, metodologiyasını, əsas nəticələrini və əsas alınmış nəticələri qısa şəkildə ifadə etməlidir. Xülasə davam edən cümlələrlə bir paraqrafda olmalıdır. Xülasədə heç bir alt başlıq və ya nöqtələr siyahısından istifadə etməyin. Bundan əlavə, qeyri-standart və ya qeyri-adi abbreviaturalardan qaçmaq lazımdır, onlara ehtiyac olduqda, onlar xülasədə qeyd edilməklə yerləri təyin olunmalıdır.

Açar sözlər: Müəlliflərə məqaləyə aid 3-5 açar sözü vergüllə ayıraraq yazmaları tövsiyə olunur. Bu açar sözlər indeksləşdirmə məqsədilə istifadə olunacaq.

Complete Detail of Each Author

Provide complete detail of each author in the following format as well as add each author with complete detail during online submission (step 3) in the same order as appears in the manuscript.

First Author's Full Name: (Times New Roman, 12)
Highest Qualification:
Department:
Post/Rank (If a student, provide course name and course year):
Affiliation (College/University/Institute) with postal address:
email id:
ORCID:
Mobile:

Second Author's Full Name: (Times New Roman, 12)
Highest Qualification:
Department:
Post/Rank (If a student, provide course name and course year):
Affiliation (College/University/Institute) with postal address:
email id:
ORCID:
Mobile:

Third Author's Full Name: (Times New Roman, 12)
Highest Qualification:
Department:
Post/Rank (If a student, provide course name and course year):
Affiliation (College/University/Institute) with postal address:
email id:
ORCID:
Mobile:

E-ISSN: 2674-5224
VOLUME 27 ISSUE 04 2023
ISSN: 1609-1620; E-ISSN: 2674-5224
PAHTEI
REFERRED & REVIEWED JOURNAL

NOTES

JOURNAL INDEXING

© THE BALTIC SCIENTIFIC JOURNALS

E-ISSN: 2674-5224, DOI: 10.36962/PAHTEI; UDC: 62 (051) (0.034)

©Publisher: Azerbaijan State Oil and Industry University. İ/C 1400196861 (Azerbaijan).
©Nəşriyyat: Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti. VÖEN 1400196861 (Azərbaycan).
Rector: Mustafa Babanli. Doctor of Technical Sciences. Professor.
Rektor: Mustafa Babanlı. Texnika Elmləri Doktoru. Professor.
Registered address: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ1010.
Qeydiyyat ünvanı: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.
©Editorial office: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ1010.
©Redaksiya: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.
©Typography: Azerbaijan State Oil and Industry University İ/C 1400196861 (Azerbaijan).
©Mətbəə: Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti VÖEN 1400196861 (Azərbaycan).
Registered address: 20, Azadlig pr., Baku, Azerbaijan, AZ 1010.
Qeydiyyat Ünvanı: Azadliq prospekti, 20. Bakı Azərbaycan, AZ1010.

©Publisher: ICRET. MTÜ (Estonia, Tallinn), R/C 80550594.
©Nəşriyyat: MTÜ Beynəlxalq Tədqiqat, Təhsil & Təlim Mərkəzi. Q/N 80550594.
Director and Founder: Seyfulla İsayev (Azerbaijan).
Direktor və Təsisçi: Seyfulla İsayev (Azərbaycan).
Deputy and Founder: Namig Isazade. PhD in Business Administration. (Azerbaijan).
Direktorun müavini və Təsisçi: Namiq Isazadə. PhD. Biznesin İdarə Olunması. (Azərbaycan).
©Editorial office / Redaksiya: Harju county, Tallinn, Lasnamäe district, Väike-Paala tn 2, 11415
Telephones / Telefonlar: +994 55 241 70 12; +994 51 864 88 94
Website/Veb səhifə: https://bsj.fisdd.org/
E-mail: pahtei@scia.website, sc.mediagroup2017@gmail.com

E-ISSN: 2674-5224, DOI: 10.36962/PAHTEI

PROCEEDINGS

OF AZERBAIJAN HIGH TECHNICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

AZƏRBAYCAN ALİ TEXNİKİ MƏKTƏBLƏRİNİN XƏBƏRLƏRİ

MULTIDISCIPLINARY JOURNAL
REFEREED & REVIEWED JOURNAL

VOLUME 27 ISSUE 04 2023 CİLD 27 BURAXILIŞ 04 2023



9 772674 522003

https://bsj.fisdd.org/index.php/pahtei